الإعلام والانتخابات

نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة

تقديم: أ.د. هويدا مصطفى

د. رامي عطا صديق   د. فاطمة شعبان أبو الحسن



الإعلام والانتخابات

نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة

تقديم

أ.د.هويدا مصطفى

عميدة المعهد الدولى العالي للإعلام بالشروق

وأستاذة الإذاعة والتليفزيون بإعلام القاهرة

تأليف

د. رامي عطا صديق	د.فاطمة شعبان أبو الحسن
مدرس الصحافة	مدرس الإذاعة والتليفزيون

بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

طبعة ٢٠١٦

مصطفى ، هويدا.

الإعلام والانتخابات : نحو مدونة سلوك فى مواجهة المهنية الغائبة /هويدا مصطفى،رامى عطا صديق–فاطمة شعبان أبو الحسن ط ١.- الجيزة: اطلس للنشر والانتاج الاعلامى، ٢٠١٥ .

٣٢٠ ص ، ٢٤ سم .

تدمك: ٧ ٤٠٣ ٣٩٩ ٩٧٧ ٩٧٨

١- الانتخابات - تأثير وسائل الإعلام

أ- صديق- رامى عطا (مؤلف مشارك) ب - أبو الحسن، فاطمة شعبان (مؤلف مشارك)

جـ - السخاوى،ريم رسام د- العنوان

٣٢٤,٧٣

الإعلام والانتخابات

نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة

تقديم

أ.د.هويدا مصطفى

عميدة المعهـد الدولى العالي للإعـلام بالشـروق

وأستاذة الإذاعة والتليفزيون بإعــلام القاهـرة

تأليــف

د. رامـي عطــا صديــق

مدرس الصحافة

د.فاطمة شعبان أبو الحسن

مدرس الإذاعة والتليفزيون

بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق



رئيس مجلس الإدارة

عـادل المصـرى

عضو مجلس الإدارة

المنتدب

نوران المصرى

رقم الإيداع

٢٠١٥/٢٣١٢١

الترقيم الدولى

٩٧٨-٩٧٧-٣٩٩-٤٠٣-٧

الطبعة الاولى

طبعة ٢٠١٦

الكتـاب : الإعلام والانتخابات

المؤلف : د. رامى عطا صديق، د.فاطمة شعبان أبو الحسن

الغلاف : ريم السخاوى

الناشـر : أطلس للنشر والإنتاج الإعلامى ش.م.م

٢٥ش وادى النيل - المهندسين - الجيزة

atlas@innovations-co.com

www.atlas-publishing.com

تليفون : ٣٣٤٦٥٨٥٠ - ٣٣٠٤٢٤٧١ - ٣٣٠٢٧٩٦٥

فاكـس : ٣٣٠٢٨٣٢٨

****

فهرس المحتويات

رقم الصفحة

إهداء

إلى كل الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام

التقليدية منها والحديثة على السواء

ممن يبحثون عن مهنية حقيقية

من أجل إعلام حر وتنويري

إعلام يبني ولا يهدم.. ينفع ولا يضر

المؤلفان

تقديم

أ.د. هويدا مصطفى *

تعمل وسائل الإعلام بمختلف أشكالها؛ المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، العامة والخاصة، كأداة سياسية ثقافية تعليمية، وتأتي الفترات الانتخابية ليبرز خلالها دور وسائل الإعلام باعتبارها وسيلة لنشر المعلومات والأخبار الخاصة بالعملية الانتخابية والتوعية بأهمية المشاركة فيها، لتصبح بذلك أحد أسس نجاح العملية الانتخابية إذا ما اتبعت الأطر القانونية والضوابط التنظيمية لعملها أثناء الفترات الانتخابية، مع تطبيق معايير التغطية المهنية.

وفي مصر، برز دور وسائل الإعلام في الانتخابات بشكل كبير أثناء الفترات الانتخابية التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وتعددت الأطر التنظيمية لهذا الدور وفقًا للتطور التشريعي بمجموعة القوانين المنظمة للانتخابات البرلمانية والرئاسية، ومن ثم برزت الحاجة إلى إلقاء الضوء على الدور المأمول لوسائل الإعلام إبان الفترات الانتخابية وكيفية تنظيمه، بما يسهم بدوره كإحدى أدوات بناء مجتمع ديمقراطي.

لقد تطور دور الإعلام في الانتخابات ليصبح حرفة ومهنة وفن مستقل بذاته عرفته الدول التي قطعت مشوارًا طويلًا في الممارسة الديمقراطية، فقد تجاوزت أجهزة الإعلام في إطار التقدم العلمي والتكنولوجي، مهمة تقديم المعلومات والأنباء والتعليقات من خلال نشر المعلومات والأخبار الخاصة بالانتخابات وتوفير مجال للحوار والنقاش حول برامج المرشحين، إلى القيام بدور رقابي أثناء العملية الانتخابية، لتصبح إحدى وسائل التحقق والمتابعة التي تحمي استقامة العملية الانتخابية، وتعزز من مشاركة الأحزاب السياسية،

* عميدة المعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق.
أستاذة الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام- جامعة .

والمرشحين والناخبين ومختلف شركاء العملية الانتخابية، فهذه الرقابة تعزز من الالتزام بالإطار القانوني للعملية الانتخابية وتسهم في منع الممارسات غير القانونية.

ويسهم الإعلام بدور جوهري في كل العمليات التي تتم في إطار أنماط المعلومات الانتخابية، التي تتم جميعها في إطار الدورة الانتخابية ومراحلها المختلفة، وتشمل عدة مفاهيم تبدأ بمفهوم «تثقيف الناخبين» مرورًا بمفهوم «إرشاد الناخبين» وأخيرًا وصولًا إلى مفهوم «التثقيف المدني» الذي يتجاوز العملية الانتخابية إلى الحياة العامة.

وتُمثل المعايير الدولية للممارسة الإعلامية المهنية والأخلاقية أهم المرجعيات لوسائل الإعلام لممارسة دورها أثناء الفترات الانتخابية، وبما يأتي في الإطار القانوني المنظم لعملها خلال تلك الفترة، ومن أهم تلك المعايير تحقيق التوازن ومراعاة الدقة والنزاهة، وإعطاء حق الرد والتصحيح واحترام الخصوصية وعدم المساس بالأديان.

إن تحقيق التوازن يتم عبر عرض جميع الرؤى والتفسيرات لكل الحقائق حتى لو تعارضت مع آراء الصحفي أو الإعلامي الشخصية، وأيضًا مراعاة التوازن في نشر أخبار المرشحين ذاتهم بشكل عام، ومراعاة الدقة تشمل أهمية نشر المعلومات وفقًا للوثائق الرسمية مع ضرورة استقصاء تلك المعلومات من المصادر الرسمية والمصادر الموثوقة، مع التيقن من صحة الأخبار وتوثيق صحتها من العديد من المصادر، وتشمل النزاهة ضرورة عدم وجود مصلحة خاصة للصحفي أو الإعلامي في نشر خبر أو موضوع بذاته مع ضرورة إعطاء حق الرد والتصحيح لأية أخطاء، كما يجب احترام خصوصية المرشح والناخب على حد سواء، وذلك بعدم التطرق إلى الحياة الخاصة أو العمل على تشويهها، كما يجب عدم استغلال الأديان في شعارات يتم استخدامها للتأثير على جمهور الناخبين لصالح مرشح دون غيره.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة المتميزة التي جاءت بعنوان: «الإعلام والانتخابات: نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة»، حيث رصدت الدراسة في إطار من المنهجية

العلميـة والخطـوات البحثيـة الدقيقـة مـدى تأثـر الإعلاميـين والصحفيـين بالسياسـات التحريريـة للوسـائل التـي يعملـون بهـا أثنـاء تغطيـة العمليـة الانتخابيـة، كـما رصـدت المشـكلات والتحديـات التـي تواجـه الإعلاميـين أثنـاء وخـلال المراحـل المختلفـة للعمليـة الانتخابيـة ومـدى التزامهـم بمواثيـق الـشرف وكذلـك المعايـير المهنيـة والضوابـط الأخلاقيـة.

وقـد تميـزت هـذه الدراسـة التـي جـاءت في خمسـة أجـزاء تضمنـت مقدمـة منهجيـة ومقاربـة أولية حـول الإعـلام والانتخابـات واسـتعرضت أهـم نتائـج الدراسـة الميدانيـة وأخـيرًا مناقشـة متعمقـة لنتائـج البحـث الميـداني، والـذي مـن خلالـه وضعـت الدراسـة تصـورًا ومقترحًـا لمدونـة سـلوك يسترشـد بهـا كل صحفـي وإعلامـي أثنـاء تأديـة المهـام المختلفـة التـي يمارسـها خـلال مراحـل الإعـداد والتغطيـة الإخباريـة والتحليليـة والتفسـيرية للعمليـة الانتخابيـة حتـى نحقـق الأدوار والوظائـف المنـوط بالإعـلام تحقيقهـا والتـي سـبق الإشـارة إليهـا ليكـون الإعـلام بحـق هـو وسـيلة الناخـب والمرشـح لإجـراء عمليـة انتخابيـة تتسـم بقـدر كبـير مـن الشـفافية والمهنيـة وتسـهم في تبصـير المواطـن بأهميـة المشـاركة وتدعـم حقـه في المعرفـة القائمـة عـلى المعلومـة الصحيحـة والمدققـة والنزيهـة التـي تعـلي مـن شـأن المهنـة.

إن هـذه الدراسـة تُعـد إضافـة إلى الجهـد العلمـي المتراكـم الـذي يبحـث في آليـات عمليـة نحـو تغطيـة مهنيـة تلتـزم بالقواعـد والمعايـير الإعلاميـة والضوابـط الأخلاقيـة في الانتخابـات.

***

الفصل الأول

الإعلام والانتخابات : مقاربة معرفية

الانتخابات آلية لتوطيد الديمقراطية:

تُمثل الانتخابات مسألة مهمة لتوطيد وتدعيم الديمقراطية في المجتمع، ذلك أن ممارسة الانتخابات الشرعية، الحرة والنزيهة، إنما تساعد على تعزيز المؤسسات الديمقراطية، بينما وفي المقابل فإن غياب الانتخابات أو تزويرها والتلاعب فيها قد يؤدي إلى قيام ثورة عنيفة وحدوث اضطرابات أو اندلاع حرب أهلية، حيث يُنظر لها في ذلك الوقت على أنها انتخابات غير شرعية[١].

ومن ثم فإن الانتخابات هي أحد أبرز مظاهر الديمقراطية في المجتمع، حيث تمثل الفعل الأهم والأبرز في خلق وتأكيد ممارسة الديمقراطية، إلى الحد الذي يمكن القول معه أنه بدون انتخابات نزيهة لا تكون هناك ديمقراطية حقيقية، لذا تكتسب الانتخابات أهميتها من كونها المُعبر الرئيسي عن إرادة الناخبين التي هي مناط شرعية الحكم وإدارة شئون البلاد[٢]، حيث تُعد الانتخابات «أبرز صور المشاركة السياسية للمواطنين من أجل المشاركة في اختيار الحكام، وتشكيل ورسم السياسات العامة في المجتمع من بين مرشحين وبرامج أحزاب متعددة سواء كانت انتخابات رئاسية أو برلمانية أو محلية»[٣].

إن الانتخابات - وعلى هذا النحو- بالنسبة للمواطن/ الناخب «هي عملية اتخاذ قرار سياسي خطير على درجة كبيرة من الأهمية، وليس بالبساطة التي نتصورها لأنه ينصّب ويعيّن من يفترض أن يخدمه ويدير شئونه كما يتمنى»[٤].

1-Katharina Owens Hubler, Election management bodies in transitioning democracies: Tunisia and Egypt, University of Colorado Denver, 2012, p: 14.

٢- محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، القاهرة: رؤية للتنمية والدراسات الإعلامية، ٢٠١٢م، ص ١٢.

٣- هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ٢٤.

٤- محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، مرجع سابق، ص ٦.

الإعلام، الحاضر دائمًا:

لا يقف الإعلام، بوسائله المختلفة، التقليدية والحديثة، بعيدًا عن تلك العملية، حيث يلعب الإعلام دورًا كبيرًا ومهمًا في بناء العملية الديمقراطية، وبالأخص خلال فترة الانتخابات، هنا يمكن القول أن الإعلام بشكل عام - والمصري في هذا السياق- يؤدي دورًا بارزًا تجاه المشاركة في الانتخابات: ترشيحًا وانتخابًا، وفي هذا الصدد يبرز دوره - خاصة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م في الحالة المصرية- من حيث الحث على المشاركة، ودعم التصويت لصالح المرأة ومنع التمييز ضد المسيحيين، بالإضافة إلى دوره في الحد من الجرائم الانتخابية المختلفة[١].

ومن جانب آخر فإن وسائل الإعلام، المطبوعة والمسموعة والمرئية، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الإلكترونية[٢]، تُعد أحد وسائل الدعاية الانتخابية التي تقوم بها الأحزاب

١- عمرو هاشم ربيع، استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية، ص ص ٦٩- ٧١. في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، ٢٠١٢م.

٢- كان لوسائل الإعلام الجديدة كالصحافة الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي مثل facebook & twitter & Blogs، في مصر وغيرها من الدول، دور كبير خلال السنوات القليلة التي سبقت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، بل وفي السنوات التي تلتها أيضًا، من حيث إثارة ومناقشة الكثير من القضايا السياسية والاجتماعية، وتثقيف مستخدمي تلك الوسائل بالحقوق والواجبات، ونشر بعض الانتهاكات التي تشهدها تلك المجتمعات، ومن ثم تحريك الأذهان والأفكار، والدفع في اتجاه المشاركة السياسية. وهناك عدة دراسات اهتمت بدراسة هذا الموضوع منها مثلًا:
Rauf Arif, Social movements, youtube and political activism in authoritarian countries: A comparatives analysis of political change in Pakistan, Tunisia & Egypt, The University of Iowa, 2014. David Faris, Revolution without revolutionaries? Social media networks and regime response in Egypt, University of Pennsylvania, 2010. Ali Sayed Mohamed, Between the Hammer and the Anvil: Blogs, Bloggers, and the Public Sphere in Egypt, Department of Art History and Communications, McGill University, Montreal, 2010. Jennifer A. Mcginley, Towards a democratization of media: Considering weblogs as alternative and citizen' media, Faculty of the Graduate School, of the University of Colorado, Department of Journalism and Mass Communication, 2005.

السياسـية والمرشـحون ومؤيدوهـم، مـن أجـل نـشر برامجهـم وأفكارهـم ومواقفهـم مـن القضايـا المختلفـة المطروحـة، وبالتـالي كسـب ثقـة الناخبـين وأصواتهـم[١].

هكـذا «تمثـل تجـارب الانتخابـات السياسـية التنافسـية تعبـيرًا ديمقراطيًـا يمنـح فـترات التحـول السـياسي في المجتمعـات ركيـزة للاسـتقرار وبنـاء للمراكـز القانونيـة داخـل نظـام الحكـم، وتكـون أدوار ووظائـف وسـائل الإعـلام مركزيـة بالنسـبة للقـوى السياسـية المختلفـة حيـث تمثـل وسـيطًا لـه أولويتـه بالنسـبة لهـا مـن أجـل التواصـل مـع المواطنـين، وتعريفهـم ببرامـج هـذه القـوى ومرشـحيها، وأيضًـا لتعبئتهـم في اتجـاه التصويـت لهـا»[٢].

تخوف مشروع:

رغـم الـدور الإيجـابي الكبـير الـذي يمكـن للإعـلام أن يقـوم بـه أثنـاء العمليـة الانتخابيـة، وعـبر مراحلهـا المختلفـة، إلا أنـه وباسـتمرار يكـون هنـاك تخـوف مـن وجـود تغطيـة إعلاميـة متحيـزة، Biased Media Coverage، تجعـل المنافسـة غـير عادلـة بـين المرشـحين، وبالأخـص مـن جانـب وسـائل الإعـلام التـي تمتلكهـا الدولـة، في مـصر مثـلًا حالـة الصحـف القوميـة ومحطـات الإذاعـة وقنـوات التليفزيـون المملوكـة للدولـة، عـلى الرغـم مـن إعـلان الحكومـة بـأن وسـائل الإعـلام سـوف تلتـزم الحيـاد بـين المتنافسـين، ولكـن تقاريـر المتابعـة والمراقبـة لوسـائل الإعـلام أثنـاء الانتخابـات تكشـف غـير ذلـك[٣].

١- عبـد الفتـاح مـاضي، الدعايـة الانتخابيـة في انتخابـات مجلـس الشـورى عـام ٢٠١٠، ص ص ٧٠- ٧١. في: عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، انتخابـات مجلـس الشـورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام، ٢٠١٠م. انظـر أيضًـا: يـاسر عبـد العزيـز، التغطيـة الإعلاميـة والدعايـة الانتخابيـة في انتخابات مجلس الشـعب ٢٠١١/ ٢٠١٢، ص ص ٢٢٧- ٢٤٤. في: عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، انتخابـات مجلـس الشـعب ٢٠١١/ ٢٠١٢، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام، ٢٠١٢م.

٢- هشـام عطيـة عبـد المقصـود، صحـف وصناديـق: توجيـه سـلوك التصويـت وتشـكيل معـارف الجمهـور، القاهـرة: العـربي للنـشر والتوزيـع، ٢٠١٤م، ص ٥.

3-Lisa A. Blaydes, Competition without democracy: Election and distributive politics in Mubarak's Egypt, Los Angles, University of California, 2008, pp: 158- 160.

ومـن ثـم فـإن دراسـة التغطيـة الإعلاميـة أثنـاء الحمـلات الانتخابيـة تُعـد واحـدة مـن أهـم موضوعـات الاتصـال السـياسي في الوقـت الحـاضر، بـل أنـه تـزداد أهميـة هـذه القضيـة كلـما كانـت المجتمعـات التـي تُجـرى فيهـا هـذه الحمـلات الانتخابيـة في مرحلـة التحـول الديمقراطـي (Democratic Transformation)، مثـل الحالـة المصريـة مؤخـرًا، ذلـك أنهـا شـهدت العديـد مـن التحـولات السياسـية التـي كان لوسـائل الإعـلام دور كبـير في إعـلام الجمهـور بشـأنها[1].

ولعلنـا نتفـق هنـا مـع مـا يذهـب إليـه كل مـن محمـد شـومان وعـادل صالـح مـن أن ديمقراطيـة وسـائل الإعـلام تُعتـبر «أحـد أهـم المـؤشرات التـي يتـم الاسـتناد إليهـا، لتقييـم فـرص نجـاح أو فشـل للديمقراطيـات الناشـئة. وتقـوم ديمقراطيـة الإعـلام في أحـد جوانبهـا عـلى الممارسـة الإعلاميـة في أثنـاء الحمـلات الانتخابيـة. فالممارسـة الإعلاميـة يُفـترض أن تصـب في إطـار ترسـيخ قواعـد ديمقراطيـة للإعـلام تضمـن التعدديـة والموضوعيـة والمسـاواة. كـما ترتبـط ديمقراطيـة وسـائل الإعـلام في أحـد جوانبهـا ارتباطًـا وثيقًـا بجـودة المعلومـات المقدمـة للجمهـور، لأنهـا ذات صلـة مبـاشرة بمسـتوى الوعـي السـياسي للمواطنـين. فكلـما كانـت وسـائل الإعـلام قـادرة عـلى تزويـد المواطنـين بالمعلومـات الجيـدة مـن حيـث الكـم والكيـف، كلـما سـاعد ذلـك عـلى وعـي أكـبر للمواطنـين والعكـس صحيـح، فالمجتمـع الواعـي الـذي يضـم مواطنـين لديهـم القـدرة عـلى إصـدار الأحـكام المناسـبة عـلى القضايـا السياسـية المطروحـة أو مـا يُعـرف Well-informed citizen سـوف يسـاعد في نجـاح عمليـة التحـول الديمقراطـي»[2].

١- محمـد شـومان وعـادل صالـح، تغطيـة الإعـلام المـصري للسـباق الرئـاسي ٢٠١٢، ص ٢٤٦، في: عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، انتخابـات الرئاسـة ٢٠١٢، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية، ٢٠١٣م.

٢- محمد شومان وعادل صالح، المرجع السابق، ص ٢٤٣ .

واجبات الإعلاميين:

تحدد «مدونة مهنية وأخلاقية» وضعها مجموعة من الباحثين، واجبات الصحفيين والإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات على النحو التالي[1]:

- عرض جميع وجهات النظر.

- إتاحة الفرصة لجميع المرشحين من خلال مساحة ومعالجة عادلة.

- المناقشة الموضوعية لوجهات النظر.

- العمل على وصول وجهة نظر كل مرشح بشكل متوازن.

- التيقن من التعرف على وجهات نظر الأطراف المشاركة في الانتخابات.

- للصحف الحزبية الانحياز لمرشحيها بحكم ملكيتها.

- الدقة في اختيار العناوين وعلاقتها بالنص.

- الدقة في نشر وإذاعة حرفية كلمات المرشحين وممثلي الأحزاب.

- العرض الأمين للأحداث الانتخابية وبرامج المرشحين.

- التحقيق من مصداقية أية معلومات للمصادر.

- سرعة نشر التصحيح في ذات الصفحة أو البرنامج للمرشحين.

- الفصل بين التحرير والإعلان بشكل مميز.

- التصدي لأي محاولات لإثارة الفتن والنعرات الطائفية.

- احترام حقوق الزملاء الإعلاميين والصحفيين.

١- انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ١١١.

- الالتزام بضوابط نشر استطلاعات الرأي العام في الانتخابات.

- نشر ثقافة الانتخابات والديمقراطية للجمهور.

- توفير المعلومات للجمهور عن العملية الانتخابية ومتابعتها.

- رقابة العملية الانتخابية في جميع مراحلها ونقد أية سلبيات تشوبها.

- الالتزام بأخلاقيات المهنة وآدابها.

- التخطيط الجيد لتغطية الوسيلة الإعلامية للانتخابات.

- الالتزام بالجوانب القانونية للعمل الإعلامي والصحفي.

أدوار مهمة:

ثمة اتفاق بين عدد من الباحثين على أن الإعلام يقوم بالعديد من الأدوار المهمة أثناء عملية التغطية الانتخابية منها[1]:

- مراقبة الانتهاكات التي تشوب العملية الانتخابية.
- مراقبة مدى تمتع الناخبين بحقوقهم، من إمكانية اختيار مرشحيهم بحرية، وحضور فاعليات انتخابية مختلفة، ومعرفة مدى إدراك الناخبين لدورهم في العملية الانتخابية.
- مراقبة حقوق المرشحين والأحزاب، ومدى تكافؤ الفرص بينها وبين الحزب الحاكم في إمكانية تنظيم الفاعليات الانتخابية المتعلقة بالحملات الانتخابية وخلافه.

١- انظر مثلًا: محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، مرجع سابق، ص ٩. ريكاردو بارانكا، الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات، ص ص ٥٥- ٥٦، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

- مراقبة العملية الانتخابية نفسها وما يشوبها من انتهاكات قد تؤثر على سلامتها.

- حصـول كل المتنافسـين في العمليـة الانتخابيـة عـلى الحـق في التغطيـة الإعلاميـة، حتـى يكـون لـدى الناخبـين قـدر كاف مـن المعلومـات عـن الأحـزاب والمرشـحين وبرامجهـم السياسـية، وعـن العمليـة الانتخابيـة نفسـها.

- إعـلام الناخبـين وتوعيتهـم مـن خـلال إعـداد حملـة شـاملة لتوعيـة المجتمـع، تأخـذ في الاعتبـار كيفيـة الوصـول إلى مختلـف الجماهـير مـن خـلال وسـائل الإعـلام.

- تغطيــة العمليــة الانتخابيــة، وتحليــل الاســتعدادات الانتخابيــة، وبحــث أداء هيئــة إدارة الانتخابـات، وتحليـل سـلوك السياسـيين، وإعـلام الجمهـور بـأي مـن جوانـب الحملـة والجـدول السـياسي.

بـل إن أحـد الباحثـين يذهـب إلى القـول بأنـه: «ينبغـي أن تشـتمل المحصلـة النهائيـة لجهـود مراقبـة الإعـلام عـلى جـداول أو خرائـط تفصيليـة توضـح مـا يـلي في كل محطـة: إجـمالي الوقـت المخصـص للمرشـحين مقارنـةً بزمـن البـث الـكلي، وتوزيـع الوقـت المخصـص للمنافسـين الانتخابيـين مـن أجـل التوثق مـن اتفـاق الحصـص الزمنيـة مـع مـا تنـص عليـه قوانـين ولوائـح الدولـة، والنـبرة التـي تسـتخدمها كل محطـة أثنـاء تغطيتهـا للمرشـحين وبرامجهـم الانتخابيـة وحملاتهـم، وأنـواع البرامـج وعـروض المسـاحات الزمنيـة التـي تمـت خلالهـا تغطيـة المرشـحين، وتوزيـع الخطـاب المبـاشر بـين المتنافسـين، وبالإضافـة إلى هـذه النتائـج، يمكـن إجـراء تحليـل أكـثر تخصصًـا مـن أجـل التعـرف بشـكل أفضـل عـلى عدالـة التغطيـة الإعلاميـة خـلال الحملـة»[1].

١- ريــكاردو بارانــكا، الخــبرة الدوليــة في التغطيــة الإعلاميــة الحياديــة للانتخابــات، ص ص ٦١- ٦٢، في: عمــرو هاشــم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، نحـو انتخابـات حـرة نزيهـة، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية، ٢٠١٢م.

ومـن جانبـه يـرى صفـوت العـالم أن: «هنـاك مجموعـة مـن الأمـور يجـب الأخـذ بهـا حتـى تـؤدي وسـائل الإعـلام دورهـا الإيجـابي في تغطيـة الانتخابـات بشـكل عـام وهـي[1]:

أ- وضـع معايـير لـلأداء الإعلامـي تشـمل وسـائل الإعـلام الجديـد منهـا جنبًـا إلى جنـب مـع وسـائل الإعـلام التقليـدي، مـع التشـديد عـلى احـترام الوحـدة الوطنيـة ومنـع اسـتغلال الديـن، والالتـزام بالإفصـاح والشـفافية في تمويـل الحمـلات الانتخابيـة.

ب- التأكيـد عـلى حريـة جميـع وسـائل الإعـلام، وتوفـير المعلومـات للإعلاميـين، واحـترام وسـائل الإعـلام المختلفـة للقواعـد المهنيـة ومواثيـق الـشرف الإعلامـي، وفي مقدمتهـا الفصـل بـين التحريـر والدعايـة الانتخابيـة، مـع الالتـزام بالإفصـاح والشـفافية وتقديـم جميـع وجهـات النظـر للجمهـور بـدون أي محاولـة للتدخـل أو الوصايـة.

ج- التطبيـق الحـازم وبـدون تمييـز بـين المرشـحين للعقوبـات التـي ينـص عليهـا القانـون بشـأن قواعـد الدعايـة الانتخابيـة وتوقيتهـا والالتـزام بمعايـير الأداء الإعلامـي. والإشـكالية هنـا أن الضوابـط والمعايـير التـي وضعتهـا اللجنـة العليـا للانتخابـات عـام ٢٠٠٥، وفي انتخابـات مجلـس الشـورى الأخـيرة (٢٠١٢م) لم تكـن فعالـة، وكان مـن السـهل عـلى المرشـحين التحايـل عليهـا خاصـة فيـما يتعلـق بتوقيـت الدعايـة والحـد الأقـصى المسـموح بـه للإنفـاق عـلى الدعايـة الانتخابيـة. وحتـى في الحـالات التـي وقعـت فيهـا مخالفـات واضحـة لم تطبـق اللجنـة أيًـا مـن العقوبـات التـي ينـص عليهـا القانـون.

د- اسـتحداث هيئـات مسـتقلة تشـارك فيهـا منظـمات المجتمـع المـدني لمتابعـة التغطيـة الإعلاميـة للانتخابـات في وسـائل الإعـلام المختلفـة، وكذلـك رقابـة مـدى التـزام المرشـحين بالقانـون والقواعـد التـي أعلنتهـا اللجنـة العليـا للانتخابـات بشـأن الدعايـة الانتخابيـة. ويجـب أن يكـون لهـذه الهيئـات صلاحيـات إنـزال عقوبـات رادعـة عـلى المخالفـين تبـدأ بغرامـات ماليـة وتصـل إلى حـد الشـطب.

١- صفـوت العـالم، أسـاليب ووسـائل الدعايـة في انتخابـات الشـورى، ص ص ١٤٨- ١٤٩، في: عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة مشـاركين، انتخابـات مجلـس الشـورى ٢٠١٢، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام، ٢٠١٢م.

هـ- أهمية قيام وسائل الإعلام بتنظيم المناظرات الانتخابية بين الأحزاب السياسية المختلفة ومرشحيها، على أساس أن الحملات الانتخابية تقوم على التحليل والتفنيد للاتجاهات والمواقف السياسية المختلفة.

و- التأكيد على ضرورة إتاحة الفرصة للأحزاب المختلفة لمخاطبة الجماهير في وسائل الاتصال الجماهيرية، مما يُسهم في خلق العديد من القيم الإيجابية المرتبطة بالتنشئة السياسية لدى عموم الناخبين.

ز- على وسائل الإعلام الحرص على توزيع أكثر عدالة لزمن ومساحات التغطية الإعلامية للمرشحين المختلفين وخاصة المرشحين الرئيسيين.

ح- مبادرة لجنة الانتخابات بتسجيل وحفظ ونشر كل الطعون الانتخابية حتى يتعلم الطاعنون من نتائج طعونهم، وحتى يتم التعرف على المناطق الجغرافية والمشاكل التي تحتاج إلى تحسين في الفترة المقبلة أو الانتخابات المقبلة.

ط- يجب أن تبادر السلطات الانتخابية ببناء الثقة بين أطراف العملية الانتخابية لضمان الشفافية والمحاسبة».

مواجهة الجريمة الانتخابية:

يرى عمرو هاشم ربيع أنه من الممكن أن تلعب وسائل الإعلام المصرية دورًا رائدًا في مواجهة الجريمة الانتخابية، وهي الجريمة التي تُرتكب من خلال أناس يستغلون مناصبهم الرسمية أو نفوذهم العائلي أو المالي أو قوتهم الجسمانية أو سوابقهم في ارتكاب الجرائم.

ومن بين أبرز الجرائم الانتخابية التي يمكن ارتكابها أثناء الانتخابات من واقع التجارب السابقة في مصر، ومناخ الفوضى الأمنية أو الانفلات الأمني عقب ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م:

تخلف الناخبين بغير عذر عن الإدلاء بأصواتهم - شراء أصوات الناخبين أثناء

الاقـتراع- شراء المرشـحين بغيـة تنازلهـم عـن الترشـيح - اسـتعمال القـوة أو التهديـد بمنـع شـخص مـن إبـداء الـرأي في الانتخـاب أو لإكراهــه عـلى إبـداء الـرأي عـلى وجـه خـاص- إعطـاء شـخص لشـخص آخـر (عـرض عليـه أو التـزم نحـوه بـأن يعطيـه) فائـدة لـه أو لغـيره، كي يحملـه هـو أو غـيره عـلى التصويـت عـلى وجـه خـاص أو الامتنـاع عـن التصويـت - قبـول شـخص أو طلـب فائـدة لنفسـه لتغيـير اتجاهـه هـو أو غـيره إبـان التصويـت- القيـام بنـشر أو إذاعـة أقـوال كاذبـة عـن موضـوع الانتخابـات، أو سـلوك أحـد المرشـحين، أو عـن أخلاقـه بقصـد التأثـير عـلى نتائـج الانتخابـات - دخـول الشـخص إلى مقـر الانتخـاب وقـت الانتخـاب حامـلًا سـلاحًا- الدخـول إلى مقـر الانتخـاب وعـدم الخـروج عندمـا يطلـب منـه رئيـس المقـر الانتخـابي ذلـك - إبـداء الـرأي في الانتخـاب مـع العلـم المسـبق قيـد الاسـم في الجـدول بغـير حـق- إبـداء الـرأي انتحـالًا لشـخصية ناخـب آخـر - إبـداء الـرأي في أكـثر مـن مقـر انتخـابي- اختـلاس أو إخفـاء أو إعـدام أو إفسـاد أحـد جـداول الانتخـاب، أو أيـة بيانـات تتعلـق بعمليـة الانتخـاب، بقصـد تغيـير نتيجـة الانتخـاب، أو بقصـد إعـادة الانتخـاب - الإخـلال بحريـة الناخـب باسـتعمال القـوة أو التهديـد- خطـف الصنـدوق المحتـوي عـلى بطاقـات الانتخـاب، أو إتلافـه أو العبـث بأوراقـه - تزويـر نتائـج الانتخابـات بالتدخـل المبـاشر بالتأثـير عـلى عمليـة فـرز الأصـوات[1].

ومـن جانبهـا تسـتطيع وسـائل الإعـلام مواجهـة الجريمـة الانتخابيـة مـن خـلال: التعريـف بالجريمـة الانتخابيـة وأطرافهـا وأشـكالها وأسـبابها والتأكيـد عـلى رفـض المجتمـع لهـذا النـوع مـن تزييـف إرادة الأمة والناخبـين، السـعي الـدءوب لتنشـيط العمل بقاعـدة بيانات الرقم القومـي وتنقية الجـداول الانتخابية التي تتضمـن كشـوف الناخبين، إعـلام الناخبين بمن فيهم المقيمين بالخارج بموعد ومـكان عرض القوائم الانتخابية بعـد تنقيتهـا عـلى المواطنـين، نـشر المـواد الصحفيـة المؤيـدة لتشـديد نظـام العقوبـات المرتبطـة بالجرائـم الانتخابيـة، تأكـد الإعـلام باتخـاذ القضـاة والمشرفـين عـلى الاقـتراع الضمانـات الكافيـة لمنـع التزويـر بكافـة

١- عمـرو هاشـم ربيـع، اسـتراتيجيات الإعـلام في حفـز المشـاركة الانتخابيـة ومواجهـة مخاطـر التغطيـة، ص ص ٧٤- ٧٦، في: عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، نحـو انتخابـات حـرة نزيهـة، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية، ٢٠١٢م.

صوره، الرصد الإعلامي المستمر لعملية فرز الأصوات من خلال المشاركة في عمليات الفرز[1].

أخطاء إعلامية:

يكشف الواقع العملي للممارسة الإعلامية عن عدد من الأخطاء الخاصة بالتغطية الإعلامية لسير العملية الانتخابية، من أبرزها، وحسب عدد من الدراسات والكتابات التي تناولت التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية والرئاسية خلال السنوات القليلة الماضية[2]:

- انحياز بعض الإعلاميين، من صحفيين ومقدمي برامج ومعدين وغيرهم، نحو مرشحين معينين أو أحزاب بعينها، وذلك من خلال: القيام بدعاية غير مباشرة لأحد الأحزاب أو المرشحين، سلبية أو إيجابية، والمبالغة في محاصرة بعض المرشحين بأسئلة استفزازية أو أسئلة فيها انحياز، واستخدام الأسئلة الإيحائية في دفع دفة الحوار بما يخدم انحيازات الوسيلة، والاهتمام بتيارات سياسية دون أخرى، ونشر صور ذهنية معينة، إيجابية أو سلبية، عن بعض التيارات،

١- عمرو هاشم ربيع، استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية، المرجع السابق، ص ص ٧٦- ٧٨.

٢- يمكن الرجوع هنا إلى: الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص التقرير المرحلي الأول للائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات من ١٢ إلى ٢٥ أكتوبر ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، التقرير المرحلي الثاني للائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات: تقييم الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام أثناء مرحلة الدعاية من الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقييم الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام خلال المرحلة الأولى من الاقتراع لانتخابات ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقرير المرحلة الثانية لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقرير المرحلة الثالثة لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقيم الأداء الإعلامي للتغطية الانتخابية ٢٠١١-٢٠١٢، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص تقرير مرحلة الدعاية للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢: ٣٠ أبريل- ٢٠ مايو ٢٠١٢، تقرير المراقبة الإعلامية، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م.

والاستعانة بمصادر وضيوف تفضلها وإقصاء من يخالفها الرأي، وإغفال حق الرد والتصحيح، فضلًا عن الهجوم على تيارات معينة وتوجيه سهام النقد لها، وعدم الاهتمام ببعض المحافظات والتركيز على أخرى، حيث يقل الاهتمام كلما بعدنا عن القاهرة.

- غياب العدالة في توزيع الاهتمام الإعلامي بين المتنافسين، من خلال التركيز على تيارات معينة وتجاهل أخرى، وغياب العدالة المطلوبة في توزيع المساحة الإعلامية بين الأطراف السياسية المتنافسة، والاهتمام بالمرشحين على حساب الناخبين في كثير من الأحيان، بما يؤدي إلى عدم توازن درجة الاهتمام.

- ضعف الاهتمام بدور المرأة في العملية الانتخابية، وبالتالي ضعف الاهتمام بدورها في الحياة السياسية ومرحلة التحول الديمقراطي، وموقف التيارات السياسية من قضاياها، وتجاهل أخبارها بشكل ملحوظ خلال فترة الدعاية كفاعل في العملية الانتخابية، وتوظيف قضية المرأة لتحقيق بعض الأغراض السياسية مثل الهجوم على تيارات سياسية معينة.

- استحضار البعد الديني/ الطائفي في بعض الأحيان بشكل سلبي ودون مبرر حقيقي، من خلال التصنيف الطائفي للمرشحين (القبطي- السلفي- الصوفي..إلخ). ونشر فتاوى مسيئة لأحد الأطراف، والتشديد على فكرة المواجهة بين الكنيسة والإسلاميين، وتأكيد الخوف القبطي من صعود الإسلاميين ومساندة الكنيسة لبعض التيارات.

- عدم وجود ضمانات علمية ومهنية خاصة بالبحوث النفسية واستطلاعات الرأي التي تقوم بها بعض وسائل الإعلام (من حيث توضيح: حجم العينة- الانتماء السياسي والاقتصادي والاجتماعي- معدلات الخطأ.. إلخ)، بما يمكن أن يؤثر على اتجاهات الرأي العام.

- نـشر مـؤشرات الاقـتراع الأوليـة وهـو مـا يعـد قفـزًا مرفوضًـا عـلى النتائـج مـن شـأنه التأثـير عـلى الناخبـين واختياراتهـم، لاسـيما أنـه لا يسـتند عـلى أيـة معايـير علميـة أو اسـتطلاعات علميـة سـوى مشـاهدات الإعلاميـين أو توقعـات مصادرهـا، وهـو مـا يؤثـر عـلى سـير عمليـة التصويـت.

- إعـلان نتائـج الناخبـين في الخـارج قبـل إعلانهـا رسـميًا مـن قبـل اللجنـة العليـا للانتخابـات، ويتـم ذلـك مـن خـلال: وضـع تكهنـات حـول اتجاهـات تصويـت بعـض الناخبـين في بعـض الـدول، وتفسـير النتائـج عـلى نحـو قـد يؤثـر عـلى الـرأي العـام واتجاهاتـه.

- تغطيـة إعلاميـة منقوصـة، غـير كاملـة وغـير دقيقـة في بعـض الأحيـان، وتضـارب المعلومـات أحيانًـا بسـبب ضعـف المتابعـة لـكل مـا هـو جديـد مـن تكويـن تحالفـات أو انسـحاب البعـض منهـا.. إلـخ، وعـدم الإلمـام بالعمليـة السياسـية ومجرياتهـا، مـن خـلال الخلـط بـين المسـميات (كالمصطلحـات والتيـارات)، وعـدم وعيهـم بالمحاذيـر القانونيـة في صنـع التقاريـر وعـدم فهمهـم الكامـل للنظـام الانتخـابي والخلـط بـين مرشـحي القوائـم والفـردي، وعـدم اسـتيعاب النظـام الانتخـابي.

- عـدم الالتـزام بفـترة الصمـت الانتخـابي والخـرق المتعمـد لهـا والتحايـل عليهـا بطـرق شـتى، مثـل اسـتمرار الصحـف في نـشر مقـالات لمرشـحين دون الإشـارة لكونهـم مرشـحين، أو تجريـم اسـتخدامهم لمسـاحات الـرأي في الدفـاع عـن مواقفهـم أو مواقـف أحزابهـم أو مهاجمـة خصومهـم وهـو مـا يتنـافى مـع قواعـد المهنيـة التـي تلـزم الصحيفـة بوقـف مقـالات المرشـحين لاسـيما في أيـام الصمـت الانتخـابي.

- خـروج الدعايـة عـن صفحـات الانتخابـات إلى الصفحـات الأخـرى، اعتقـادًا بـأن تقييـم الأداء الإعلامـي للوسـائل الإعلاميـة في الانتخابـات مقتـصر فقـط عـلى تقييـم صفحـات الانتخابـات أو البرامـج المعنيـة فقـط بالتغطيـة الانتخابيـة.

- ضعـف الاهتـمام بالجانـب التوعـوي التثقيفـي، بـل وفي بعـض الأحيـان تخويـف الناخبـين مـن العمليـة الانتخابيـة بالتركيـز عـلى حـالات الشـغب.

- تجهيل المصادر، وخلط الرأي بالخبر، ونشر الصور غير المتسقة مع الخبر، واقتطاع جمل مخالفة لما جاء في نص المتن، واقتطاع عناوين مثيرة لا تعبر عن السياق المصاحب للحدث.

- تبادل الاتهامات بين الإعلاميين وبعضهم بعضًا، وبين الوسيلة الإعلامية وغيرها.

- تركيز التغطية الإعلامية للانتخابات على جوانب الإثارة أكثر من تركيزها على شرح البرامج الانتخابية للأحزاب وإتاحة المجال لهم لشرح رؤيتهم السياسية للعديد من القضايا بما يتفق مع دور الإعلام في مساعدة الناخب على تحديد انحيازاته واختيار البرنامج الأكثر توافقًا مع اتجاهاته.

- هيمنة رأس المال وتدخل التمويل في توجيه وسائل الإعلام لدعم أو لنقد تيارات سياسية معينة بما يخدم أصحاب رأس المال.

ومن هنا فإنه تأتي أهمية التزام الصحفيين والإعلاميين بقواعد الأمانة والنزاهة في العمل الصحفي والإعلامي والبحثي، إضافة إلى أهمية الالتزام بأبجديات توثيق المعلومات في البحوث والأوراق والتقارير، وغيرها من أخلاقيات الإعلام، وبالأخص خلال فترة الانتخابات[1].

١- عبد الفتاح ماضي، الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠، ص ٩٧، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.

محاذير:

وضعت «مدونة مهنية وأخلاقية» مجموعة من المحاذير في التغطية الإعلامية للانتخابات على النحو التالي[1]:

- المبالغة في وصف النتائج.
- تأجيج العواطف في طرح الموضوعات.
- التعميم دون سند.
- تحيز وسائل الإعلام المملوكة للدولة لمرشحي الحزب الحاكم أو مرشح بعينه.
- عرض برامج أحزاب أو مرشحين يحرضون ضد قيم المجتمع وآدابه.
- التوسع في نشر أحداث استثنائية لبعض المرشحين.
- نشر ما يدعو ضد ترشيح المرأة أو المواطنين الأقباط أو امتهان للأديان أو كراهيتها أو الطعن في إيمان الآخرين.
- السخرية من بعض المرشحين على أساس المكانة الاجتماعية أو الاقتصادية أو اللون أو العمر أو الدين أو نوع الجنس أو الطائفة أو العرق.
- المساس بلجنة إدارة الانتخابات دون سند.
- خلط الخبر بالرأي.
- تشويه الخبر بحذف بعض عناصره الأساسية.
- اختلاق خبر بما يضر بعض المرشحين.
- التوسع في نشر أحداث العنف والشغب في بعض دوائر الانتخابات.
- التسرع في نشر توقعات عن نتائج الفرز.

١- انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، مرجع سابق، ص ص ١١٢- ١١٣.

- التهديد بنشر معلومات تضر بعض المرشحين.
- شراء أو بيع معلومات ينوي الإعلامي تناولها.
- حجب معلومات عن الجمهور لمصلحة الإعلامي في تعامله مع بعض المرشحين.
- توقع برامج الأحزاب وتوقع فوز مرشحين محددين دون غيرهم.
- قبول ضيافة المرشحين في الانتقالات والمآدب والإقامة والحصول على هدايا منهم.
- قبـول العمـل كمستشـار إعلامـي للمرشـحين والأحـزاب دون إخطـار الوسـيلة التـي يعمـل بهـا الإعلامـي.
- الحصول على عمولة إعلانات.
- تسجيل حديث الاتصالات الهاتفية وغير الهاتفية مع المصدر دون موافقته.
- تصوير الأفراد في أماكن خاصة دون موافقتهم.
- المساس بالحياة الخاصة للمرشحين للتأثير في موقفهم بالانتخابات.
- قبول إعلانات تمس بعض المرشحين المتنافسين.
- تمييـز مرشـحي الحـزب الحاكـم عـن المرشـحين الآخريـن في مـكان نـشر الإعـلان أو قيمتـه أو عـدد مـرات تكـراره أو وسـائل إبـرازه.
- نـشر أخبـار مجهلـة تمـس بعـض المرشـحين دون ذكـر أسـمائهم مـع تحديـد صفـات واضحـة عنهـم.
- نشر الشائعات وتبنيها على أنها أخبار حقيقية بهدف الإساءة لبعض المرشحين.
- اسـتخدام شـعارات وعبـارات دينيـة في النصـوص الإعلاميـة أو الإعلانيـة للتأثـير في الناخبـين لصالـح مرشـحين دون غيرهـم.
- التلاعب بالصور وتشويهها بغرض الإساءة لأحد المرشحين.
- السـخرية والإسـاءة للزمـلاء الإعلاميـين والصحفيـين في آرائهـم أو جهدهـم واسـتخدام التجريـح والإسـاءة بـين أبنـاء المهنـة.

- نشر أو إذاعة إعلانات أو برامج لصالح المرشحين خلال فترة الصمت أو التفكر.
- بث حي يوم الاقتراع للتأثير على الناخبين لصالح مرشح أو حزب بعينه.
- قيام الإعلامي بممارسة عمله بالوسيلة مع ترشحه في الانتخابات أو وجود أقارب له من المرشحين.

ميثاق شرف:

في ضوء الاهتمام بقضية التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية، فإنه ثمة اتفاق بين عدد من الباحثين على أهمية وضع ميثاق شرف للعمل الصحفي والإعلامي، أو وضع مدونة سلوك وأدلة مهنية تختص بتعاملها مع شئون التغطية الإعلامية لسير العملية الانتخابية، «وذلك في ضوء الكثير من المظاهر السلبية للإعلام وخاصة عدم الدقة وضعف الأمانة في نقل الأحداث وضعف المعرفة بأبجديات الكتابة الصحفية والاقتباس وأسس النحو وتركيب الجمل في التحرير الصحفي والتغطية الفضائية»(١)، بحيث «تساعد الأطراف المعنية على تقييم الأداء المهني من منظور الدور المتوقع لوسائل الإعلام في عملية التحول الديمقراطي خاصة أثناء الحملات الانتخابية»(٢)، وهذه الأداة يمكن أن تكون أداة مفيدة لتوجيه الصحفيين، والإعلاميين بشكل عام، في عملهم، وخصوصًا أثناء الحملات الانتخابية «من أجل معالجة البلبلة التي قد تنشأ أثناء الانتخابات، وسوف تشمل مدونات السلوك المعايير الأخلاقية، والتعامل بنزاهة ودقة، وتضارب المصالح، والتمييز بين الحقائق والآراء، وتصحيح الأخطاء»(٣).

بل إن أحد الباحثين، في دراسة له عن التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/ ٢٠١٢م، يذهب إلى أنه من الفرص المتاحة أمام الإعلام

---

١ - عبد الفتاح ماضي، الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠، ص ١٠٠، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.

٢- محمد شومان وعادل صالح، تغطية الإعلام المصري للسباق الرئاسي ٢٠١٢، ص ٢٧٢، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، انتخابات الرئاسة ٢٠١٢، مرجع سابق.

٣- ريكاردو بارانكا، الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات، ص ص ٦٤- ٦٥، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

في مجال تغطية الانتخابات «وضع أكواد مهنية تنظم صناعة الإعلام، وتحظر قيام الوسائل الإعلامية بتسخير نفسها لخدمة تيار سياسي أو حزب معين أثناء الانتخابات»[1].

إن مواثيق الشرف المهنية وبوجه عام تستهدف:

١. حماية الجمهور من أي استخدام غير مسئول للاتصال، أو ضد الأغراض الاجتماعية له، أو استخدامه للدعاية.

٢. حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا، بأي شكل من الأشكال، إلى قوة لا تقع مسئولياتها، أو يتعرضوا للإذلال، أو لأي ضغط ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم.

٣. المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين، وذلك بالتأكيد على حق العاملين في وسائل الإعلام في الحصول في كل وقت على كل المعلومات (عدا الأمور المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك) بما يجعل في استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، وبحيث يصبح إمكانهم التعبير عن آرائهم (المؤيدة أو المعارضة) من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى[2].

ويمكن نشر مدونة السلوك، الدليل المهني، بين الإعلاميين وتدريبهم عليها من خلال برنامج تدريبي يشمل التوعية بقوانين الانتخابات واللوائح المعنية المنظمة لسير العملية الانتخابية «وينبغي تنظيم التدريب بالتعاون مع هيئة إدارة الانتخابات، التي سوف تلتقي بممثلي وسائل الإعلام وتقوم بتدريبهم في إطار أنشطتها للتوعية العامة»[3].

---

١ - ياسر عبد العزيز، التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/ ٢٠١٢، ص ٢٤٤، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/ ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٢ - حسني محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة- العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠م، ص ٢٩٤.

٣ - ريكاردو بارانكا، الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات، ص ٦٦، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

الفصل الثاني
الإعلام والانتخابات: مقاربة منهجية

(١) موضوع الدراسة وأهميته:

يُمثـل موضـوع الإعـلام والانتخابـات أحـد أبـرز القضايـا الإعلاميـة المثـارة خـلال الفـترة الحاليـة التـي يمـر بهـا المجتمـع المـصري، حيـث تقـوم وسـائل الإعـلام المختلفـة بـدور كبـير في مراحـل التحـول الديمقراطـي التـي تمـر بهـا المجتمعـات، وبالأخـص أثنـاء العمليـة الانتخابيـة، مـن حيـث توفـير المعلومـات أمـام جمهـور الناخبـين، والمسـاهمة في تكويـن الـرأي العـام وتقديـم المرشـحين وبرامجهـم لجمهـور القـراء ومـن ثـم مسـاعدة جمهـور الناخبـين عـلى اتخـاذ قـرار في العمليـة الانتخابيـة وتحديـد اختياراتهـم إزاء الأفـراد والبرامـج المطروحـة أمامهـم.

ومـن هنـا تـأتي أهميـة هـذه الدراسـة والتـي تسـتهدف بالأسـاس الوصـول إلى وضـع مدونـة سـلوك مهنيـة تسـاعد الإعلاميـين مـن مختلـف المؤسسـات الإعلاميـة عـلى تقديـم تغطيـة إعلاميـة مهنيـة محايـدة وموضوعيـة للعمليـة الانتخابيـة، سـواء كانـت الانتخابـات الرئاسـية أو البرلمانيـة أو المحليـة، مـن خـلال التعـرف عـلى آراء الجماعـة الإعلاميـة مـن مختلـف وسـائل الإعـلام، في الصحافـة والإذاعـة والتليفزيـون، بالإضافـة إلى الإعـلام الإلكـتروني.

(٢) الدراسات السابقة:

اهتـم بعـض الباحثـين، إضافـة إلى عـدد مـن المؤسسـات الصحفيـة والإعلاميـة، ومنظـمات المجتمـع المـدني، منهـا مثـلًا لا حـصرًا (مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام) و(مؤسسـة فريدريـش ناومـان مـن أجـل الحريـة)، بإجـراء عـدة محـاولات بحثيـة، جـادة ومحترمـة، خـلال السـنوات القليلـة الماضيـة، اسـتهدفت رصـد وتحليـل التغطيـة الإعلاميـة، وبالأخـص أثنـاء العمليـة الانتخابيـة، حيـث قدمـت تلـك الدراسـات والأبحـاث الكثـير مـن المقترحـات الخاصـة بهـذا الشـأن، والتـي تشـابهت بعـض نتائجهـا أحيانًـا.

ويمكـن تقسـيم الدراسـات والأوراق البحثيـة، باللغـة العربيـة وغيرهـا، إلى محوريـن رئيسـيين، وذلـك عـلى النحـو التـالي:

المحور الأول: دراسات وأوراق بحثية تناولت موضوع الإعلام والانتخابات بشكل مباشر، منها على سبيل المثال لا الحصر:

دراسة عبد الفتاح ماضي: «الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠»[١]: تناولت الدراسة مسألة الدعاية الانتخابية، ودور وسائل الإعلام فيها، بالتطبيق على انتخابات مجلس الشورى التي أُجريت عام ٢٠١٠م، حيث أوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام تُعد أحد وسائل الدعاية الانتخابية التي تقوم بها الأحزاب السياسية والمرشحون ومؤيدوهم، لنشر برامجهم وأفكارهم ومواقفهم، وبالتالي كسب ثقة الناخبين وأصواتهم، ودعت الدراسة إلى أهمية التزام الصحفيين والإعلاميين بقواعد الأمانة والنزاهة في العمل الصحفي والإعلامي والبحثي وبأبجديات توثيق المعلومات في البحوث والأوراق والتقارير، وغيرها من أخلاقيات الإعلام، ومن ثم أهمية وضع ميثاق شرف للعمل الصحفي والإعلامي، أو وضع مدونة سلوك وأدلة مهنية تختص بتعاملها مع شئون التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية.

دراسة هويدا مصطفى وآخرون: «الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية»[٢]: اهتمت الدراسة، من خلال فريق عمل، برصد أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات، كما قدمت الدراسة مجموعة من المعايير والقيم المهنية التي ينبغي الالتزام بها مثل الصدق والموضوعية والنزاهة والحيادية.. إلخ، في محاولة لوضع مدونة مهنية وأخلاقية يلتزم بها الإعلاميون في ممارساتهم الإعلامية.

دراسة عمرو هاشم ربيع: «استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية»[٣]: تناولت الدراسة دور وسائل الإعلام المختلفة في حث وتحفيز المواطن

١- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.

٢- هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م.

٣- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

على المشاركة الانتخابية كأحد أنواع المشاركة السياسية، وكذلك دعم التصويت لصالح المرأة ومنع التمييز ضد المسيحيين، بالإضافة إلى دوره في الحد من الجرائم الانتخابية المختلفة.

دراسة صفوت العالم: «أساليب ووسائل الدعاية في انتخابات الشورى»[١]: تناولت الدراسة أساليب ووسائل الدعاية المختلفة المعتمدة على وسائل الإعلام في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٢م، كما قدم مجموعة من القواعد التي رأى وجوب أخذ الإعلاميين بها حتى تؤدي وسائل الإعلام دورها الإيجابي في تغطية الانتخابات، مثل وضع معايير للأداء الإعلامي تشمل وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على السواء.

دراسة ياسر عبد العزيز: «التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/ ٢٠١٢»[٢]: تناولت الدراسة التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/ ٢٠١٢م، وقد خلصت إلى أنه من الفرص المتاحة أمام الإعلام في مجال تغطية الانتخابات وضع أكواد مهنية تنظم صناعة الإعلام، وتحظر قيام الوسائل الإعلامية بتسخير نفسها لخدمة تيار سياسي معين أو حزب ما أثناء الانتخابات.

دراسة ريكاردو بارانكا: «الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات»[٣]: أوضحت الدراسة أن الإعلام يقوم بمجموعة من الأدوار المهمة أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات مثل مراقبة العملية الانتخابية والانتهاكات التي تشوبها، ومراقبة مدى تمتع الناخبين بحقوقهم، ومعرفة مدى إدراك الناخبين لدورهم، ومراقبة حقوق المرشحين والأحزاب، وإعلام الناخبين وتوعيتهم، وبحث أداء هيئة إدارة الانتخابات، وتحليل سلوك السياسيين، مؤكدة على أهمية وجود مدونة سلوك تُساهم في معالجة البلبلة التي قد تنشأ

١- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة مشاركين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٢- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/ ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٣- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، مرجع سابق.

أثناء الانتخابات، بحيث تشمل المعايير الأخلاقية، والتعامل بنزاهة ودقة، والتمييز بين الحقائق والآراء، وتصحيح الأخطاء.

دراسة محمد شومان وعادل صالح: «تغطية الإعلام المصري للسباق الرئاسي ٢٠١٢»[١]: أوضحت الدراسة أن دراسة التغطية الإعلامية أثناء الحملات الانتخابية تُعد واحدة من أهم موضوعات الاتصال السياسي، وأنه تزداد أهمية هذه القضية كلما كانت المجتمعات التي تُجرى فيها هذه الحملات الانتخابية في مرحلة التحول الديمقراطي، بسبب التحولات السياسية التي يكون لوسائل الإعلام دور كبير في إعلام الجمهور بشأنها.

المحور الثاني: دراسات تناولت موضوع أخلاقيات الإعلام، ومست بعض القضايا التي لها علاقة بموضوع الإعلام والانتخابات، منها على سبيل المثال لا الحصر:

دراسة (Pritchard D. Morgan. M.P.): تأثير مواثيق الأخلاق على الأحكام بواسطة الصحافة[٢]: أجرى الباحث مسحًا لعدد من القائمين بالاتصال في صحيفتي the star الصباحية وthe news المسائية، توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود دليل على أن مواثيق الشرف تؤثر مباشرة على قرارات الصحفيين وأن التأثيرات الأكثر أهمية لمواثيق الشرف تكمن في كونها رمزية أكثر من كونها سلوكية.

دراسة سليمان صالح: «أخلاقيات الإعلام»[٣]: قدمت هذه الدراسة تحليلًا كميًا وكيفيًا لاثنين وستين ميثاقًا من مواثيق الشرف الإعلامية الصادرة في الفترة من عام ١٩٧٠م حتى عام ٢٠٠٠م، شملت كل وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ووكالات الأنباء، حيث تناول الباحث في دراسته المحاور التالية: المسئولية الإنسانية لوسائل الإعلام، ومسئولية هذه الوسائل نحو المجتمع، ونحو الدولة، ونحو الفرد، ونحو مصادر المعلومات وغيرها.

١- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، انتخابات الرئاسة ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٣م.

2- Pritchard D. Morgan. M.P.: Impact of Ethics Codes on Judgments by Journalism: A Natural Experiment. In: Journalism Quarterly, Vol. 66, No. 4, 1989, pp: 934 – 941.

٣- سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، الكويت: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٢، ص ص ١٩ – ٤١.

دراسة خالد صلاح الدين: «اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر»[1]: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات كل من الجمهور العام والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر، وفقًا للمفهوم الشامل للأداء الذي ينطوي على أبعاد أخلاقية واجتماعية وإعلامية واقتصادية، كذلك التعرف على تصورات الإعلاميين لمدى فاعلية القنوات الخاصة في التأثير على الجمهور العام، ورصد وقياس أحكام كل من الجمهور العام والإعلاميين على مدى دلالة وأهمية تجربة القنوات الخاصة في دفع أداء النظام الإعلامي في مصر نحو مزيد من اللامركزية وحرية التعبير، وقد أشارت الدراسة إلى اتفاق الجمهور العام والإعلاميين على أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين العربية والإسلامية، وأن أنماط وسلوكيات المذيعين والمذيعات لا تتسق وأعراف المجتمع، كما تبين انخفاض قدر الثقة في القنوات الخاصة من قبل المبحوثين، وأن هناك اتفاقًا على أن هذه القنوات تتمتع بقدر مرتفع من حرية التعبير مما يدعم بدوره ديمقراطية الإعلام.

دراسة عادل عبد الغفار: «أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢»[2]: استهدفت الدراسة اختبار المسئولية الاجتماعية بأبعادها الثلاثة: الاجتماعية والأخلاقية والمهنية لدى القنوات الفضائية المصرية الخاصة، باستخدام منهج المسح التحليلي لبرامج الرأي التي قدمتها قناة «دريم ٢» خلال شهر يناير ٢٠٠٣م، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المسئولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى وجود اختلاف واضح في الاهتمام بأبعاد المسئولية الأخلاقية، حيث ركزت برامج الرأي على المسئولية الأخلاقية نحو المجتمع

١- خالد صلاح الدين، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ج٣ مايو ٢٠٠٣م، ص ص ٦٦٣ – ٧٤٥.

٢- عادل عبد الغفار، أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق مايو ٢٠٠٣م، ص ص ٧٤٧ – ٨٢٥.

في حين ضعف اهتمامها بأبعاد المسئولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة والعالم، كذلك ظهرت اختلافات ذات دلالة إحصائية في درجة المسئولية الاجتماعية لبرامج الرأي على مستوى أخلاقيات إدارة الحوار ودرجة المسئولية المهنية في إعداد وتقديم وإخراج برامج الرأي.

دراسة محمد سعد: «المسئوليات الأخلاقية والقانونية للصحافيين وعلاقتها بالسمات الشخصية»[1]: سعت هذه الدراسة إلى تحديد معدلات تقدير الصحفيين لمسئولياتهم الأخلاقية والقانونية، والتعرف على الدوافع الداخلية والخارجية المؤثرة في صنع القرار في المآزق الأخلاقية والقانونية وتحديد طبيعة العلاقة بين السمات الشخصية للصحفي ومدى تقديره لمسئولياته ومدى التزامه بالقيم المهنية، وقد اعتمدت الدراسة على مقياس تقدير الذات وتقدير المسئوليات الأخلاقية والقانونية، وخلصت الدراسة إلى قوة تأثير الأخلاق الذاتية والدينية ومصداقية الصحفي والحق في المعرفة، في حين تراجع تأثير الانتماء والشهرة، كما تبين أن مبادئ الفرد تمثل متغيراً حاسمًا عند مواجهة المآزق الأخلاقية والقانونية، وأيدت نتائج الدراسة تراجع تأثير الإذعان القانوني على المدى الطويل الأمر الذي يستوجب تدخل المشرع لإعادة النظر في العقوبات السالبة للحريات في جرائم النشر والاكتفاء بالغرامة والتعويض المالي.

دراسة هبة شاهين: «أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية»[2]: استهدفت الدراسة تحديد أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية، كذلك التعرف على مدى معرفة القائمين بالاتصال بميثاق الشرف الإذاعي، ومدى إدراكهم

١- محمد سعد، المسئوليات الأخلاقية والقانونية للصحافيين وعلاقتها بالسمات الشخصية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق مايو ٢٠٠٣م، ص ص ١٠٣ - ١٩٠.

٢- هبة شاهين، أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق مايو ٢٠٠٣، ص ص ٨٢٧ - ٨٨٦.

لأهميته بوصفه أحد جوانب التنظيم الذاتي للإعلام، بالإضافة إلى التعرف على أهم المبادئ الأخلاقية التي يلزم بها القائمون بالاتصال في مجال عملهم الإخباري، وخلصت الباحثة إلى أهمية اضطلاع المؤسسة الإذاعية والتليفزيونية بدورها في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاق، وذلك من خلال نشر المواثيق الأخلاقية وتوزيعها على العاملين بها ورفع مستوى الوعي الأخلاقي لدى العاملين من خلال عقد ندوات وسيمنارات وجلسات عمل ودورات تدريبية تعني بالأمور الأخلاقية، كذلك تطوير مواثيق أخلاقية تراعي طبيعة عمل المؤسسة، ويفضل أن يشارك العاملين في معايير هذه المواثيق.

دراسة صابر سليمان عسران: «الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة: رؤية مستقبلية»[١]: تمثلت مشكلة البحث في محاولة وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية والقانونية لعمل القنوات الفضائية الخاصة العربية، وقد انطلق الباحث لتحقيق ذلك من معرفة مزايا وعيوب هذه القنوات والأسباب التي أدت إلى انتشار القنوات الغنائية والآثار السلبية الناتجة عن انتشار هذه القنوات، وخلصت الدراسة إلى ضرورة أن تؤدي المؤسسات الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية أدوارها تجاه المجتمع، كذلك التوسع في الحرية الممنوحة للأفراد والمؤسسات الإعلامية مع تطبيق المواثيق التي تضمن عدم استخدام الحرية في غير مجالاتها.

دراسة (Pual Voakes): «الحقوق والأضرار والمسئوليات: القانون والأخلاق في غرفة الأخبار»[٢]: استهدفت الدراسة الإجابة عن التساؤل: كيف يحل الصحفيون مشكلة التوفيق بين المسئولية الأخلاقية والحقوق القانونية أثناء عملهم اليومي داخل غرفة الأخبار؟ وهي دراسة مسحية طبقت على ١٣٧ صحفيًا بالإضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع

١- صابر سليمان عسران، الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة رؤية مستقبلية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، ٢٠٠٥م، ص ١٨٧ – ص ٢٥٥

2- PualVoakes: Rights, Wrongs and Responsibilities: Law and Ethics in the Newsroom, www.ColumbiaJournalismReview.org/2003.

٢٢ صحفيًا آخرين. خلصت الدراسة إلى وجود ثلاثة نماذج توضح العلاقة بين القانون والأخلاق في العمل الصحفي، وهي: نموذج «الممالك المنفصلة» (A Separate Realms Model)، ونموذج «المطابقة» أو «العلاقة» (A Correspondence Model)، ونموذج «المسئولية الجديد» (A New Responsibility Model)، كما طرحت هذه الدراسة استنتاجات مهمة في تدعيم ما حققته حركة الإصلاح في مسار حرية الصحافة.

دراسة (Stephen Edwin Coleman): «التلاعب بالصور الرقمية: تحليل وصفي لقواعد الأخلاق وقرارات محرري الصور»[1]: بحثت هذه الدراسة مدونات لقواعد السلوك من المطبوعات المختلفة، ومعرفة إذا ما تم تحديث تلك المدونات لإدماج التكنولوجيا الرقمية، وكان خمسون في المئة من الصحف قد درست قانون أخلاقيات التعامل مع التصوير الرقمي، وأظهرت الدراسة أن التكنولوجيا كانت هي العامل الرئيسي في تحقيق نقلة نوعية في التصوير الفوتوغرافي، حيث ساعد التقدم التكنولوجي على تسريع عملية الحصول على الصور، ببروز ظاهرة التصوير الرقمي، ومن جانب آخر فقد سمحت شبكة الإنترنت بمزيد من الصور المستنسخة، وإن كان جوهر الصور والتصوير الفوتوغرافي لا يزال هو نفسه، فإن التغيرات حدثت بسبب تكنولوجيا التصوير الرقمي، وأكدت الدراسة كذلك أن التكنولوجيا الرقمية تتيح تغيير الصور التي يتم إنتاجها ونشرها دون محرر الصور، ومن ثم فإن مصداقية المنشور قد تفقد إذا وقف القراء عن تصديق ما يتم نشره.

دراسة أحمد أحمد عثمان: «حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي»[2]: اهتمت الدراسة بتحديد ما يمكن إتباعه لتحقيق حرية التعبير والمسئولية الاجتماعية في برامج المشاركة بالراديو، وخلصت الدراسة إلى أن

1- Stephen Edwin Coleman: Digital Photo Manipulation: A Descriptive Analysis of codes of ethics and ethical decisions of photo editors, The University of Southern Mississippi, 2007.

٢- أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، ٢٠٠٨م، ص ٦٥٧ - ص ٧٣٣.

مستوى الالتـزام بأبعـاد المسـئولية الاجتماعيـة للإعـلام الإذاعـي كـما عكسـته هـذه البرامـج في تناولهـا للموضوعـات المختلفـة جـاء متوسـطًا، كـما تبـين وجـود علاقـة ارتبـاط إيجابيـة ضعيفـة بـين مسـتوى الالتـزام في برامـج المشـاركة بالراديـو بأبعـاد المسـئولية الاجتماعيـة ومسـتوى ممارسـة حريـة التعبـير، وتبـين عـدم وجـود تعـارض بـين الالتـزام بأبعـاد المسـئولية الاجتماعيـة للإعـلام الإذاعـي ومسـتوى ممارسـة التعبـير.

دراسـة أمـيرة محمـد إبراهيـم: «شريـط المحادثـة عـلى القنـوات الفضائيـة العربيـة بـين الضوابـط الأخلاقيـة والمسـئولية المهنيـة»[1]: هدفـت الدراسـة إلى التعـرف عـلى أهـم الأفـكار والقيـم والمعايـير الأخلاقيـة التـي تبـث عـبر شريـط المحادثـة «Chat Bar»، ومـدى تأرجـح هـذه الرسـائل مـا بـين الالتـزام الأخلاقـي والمسـئولية الاجتماعيـة والمهنيـة والسـعي نحـو تحقيـق الربـح التجـاري، كـما هدفـت الدراسـة إلى وضـع مجموعـة مـن الضوابـط الأخلاقيـة والتشريعـات المهنيـة التـي مـن شـأنها ضبـط القيـم والسـلوكيات الاجتماعيـة والأخلاقيـة واللغويـة التـي تعكسـها رسـائل هـذه الشرائـط، وقـد خلصـت الدراسـة إلى التراجـع الشـديد في الأهـداف والأخلاقيـات الاجتماعيـة التـي يجـب أن تقـوم بهـا القنـوات الفضائيـة العربيـة الخاصـة في إطـار دورهـا كوسـيلة مـن وسـائل التنشـئة الاجتماعيـة، وهـو مـا يؤكـد الحاجـة الملحـة نحـو وجـود مواثيـق شرف تنظـم عمـل هـذه القنـوات في إطـار التـوازن بـين حريـة الـرأي والمكاسـب التجاريـة وصالـح المجتمـع وأهدافـه وقيمـه والـدور الاجتماعـي الواجـب لهـذه القنـوات.

دراسـة عـزة مصطفـى الكحـكي: «حـدود الحريـة والمسـئولية كـما يراهـا القائـم بالاتصـال بقنـاة الجزيـرة الإخباريـة»[2]: اسـتهدفت الدراسـة التعـرف عـلى حـدود الحريـة والمسـئولية لـدى القائـم بالاتصـال بقنـاة الجزيـرة الإخباريـة، مـن خـلال عينـة عمديـة مكونـة مـن ١٠٢ مـن القائمـين بالاتصـال بالجزيـرة لتشـمل العينـة المحرريـن ومعـدي البرامـج ومذيعـي النـشرة

١- أمـيرة محمـد إبراهيـم، شريـط المحادثـة عـلى القنـوات الفضائيـة العربيـة بـين الضوابـط الأخلاقيـة والمسـئولية المهنيـة، المؤتمـر العلمـي السـنوي الرابـع عـشر: الاعـلام بـين الحريـة والمسـئولية يوليـو ٢٠٠٨م، ص ٢٧٧ – ص ٣٢٦.

٢- عـزة مصطفـى الكحـكي، حـدود الحريـة والمسـئولية كـما يراهـا القائـم بالاتصـال بقنـاة الجزيـرة الإخباريـة، المؤتمـر العلمـي السـنوي الرابـع عـشر الإعـلام بـين الحريـة والمسـئولية، ٢٠٠٨م، ص ٦٠٥ – ص ٦٥٦.

ومقدمـي البرامـج والمندوبـين ورؤسـاء التحريـر ومديـري الأخبـار ومنسـقي التبـادل الإخبـاري والمخرجـين والمترجمـين والمصوريـن، تبـين مـن الدراسـة أن ٥١٪ مـن القائمـين بالاتصـال لا يلتزمـون حرفيًـا بتطبيـق ميثـاق الـشرف المهنـي، كـما أشـار ٧٧,٥٪ مـن القائمـين بالاتصـال إلى ارتفـاع المسـتوى المهنـي بالجزيـرة، وجـاءت المهنيـة والحرفيـة العاليـة مـن أهـم سـمات المـادة الإعلاميـة بالجزيـرة يليهـا أنهـا تتصـف بالمسـئولية الأخلاقيـة ثـم الديمقراطيـة في عـرض الـرأي والـرأي الآخـر والحريـة في التعبـير، كذلـك تبـين مـن نتائـج الدراسـة أن سياسـة القنـاة هـي المحـدد الرئيـسي لصنـع القـرار في انتقـاء الأخبـار بالمحطـة يليهـا السـبق الإخبـاري ثـم توجيهـات رئيـس العمـل، كـما تبـين أن ٨١,٤٪ مـن القائمـين بالاتصـال يـرون أن ممارسـة الحريـة الإعلاميـة لا تحـول دون مراعـاة المسـئولية الاجتماعيـة والأخلاقيـة والمهنيـة.

دراسـة (Åshild Hjulstad Linderud): «آثـار مواثيـق الأخـلاق في وسـائل الإعـلام: تحليـل مقـارن بـين صحفـي هـاواي والصحفيـين النرويجيـين»[١]: قارنـت الدراسـة بـين هـؤلاء الصحفيـين الذيـن يتبعـون مواثيـق مهنيـة بشـكل إلزامـي وبـين هـؤلاء الذيـن ليـس لديهـم ميثاقًـا محـددًا، وإنمـا يتبعـون طوعًـا مدونـات سـلوك، مـن خـلال دراسـة مقارنـة بـين الصحفيـين النرويجيـين وصحفيـي هـاواي، أكـدت الدراسـة أن سـلوك الصحفيـين الذيـن يتبعـون ميثاقًـا معينًـا يكـون أكـثر تماثـلًا مـن هـؤلاء الذيـن قـد يتبعـون طوعًـا مدونـات أخلاقيـة، حيـث خلصـت الدراسـة إلى أن الصحفيـين النرويجيـين يتبعـون ميثاقًـا مهنيًـا إلزاميًـا بصـورة كبـيرة، وإن كان لا يعنـي هـذا- وحسـب الدراسـة- أن صحفيـي هـاواي ليسـت لديهـم قواعـد أخلاقيـة.

دراســة (Angela Hope Nilles): «جــون ســتيوارت و(ذا ديــلي شــو): الفكاهــة والأخلاقيــات والحــوار في المجــال العــام»[٢]: تناولــت الباحثــة في دراســتها البرنامــج الأمريــكي الشــهير (ذا ديــلي شــو: "The daily show")، والــذي يقدمــه نجــم الكوميديــا الإعلامــي الأمريــكي جــون ســتيورات

1- Åshild Hjulstad Linderud, Effects of Codes of Ethics in Media: A Comparative Analysis of Hawaii Journalists and Norwegian Journalists, College of Communication at Hawaii Pacific University, 2009.

2- Angela Hope Nilles, Jon Stewart and the Daily Show: Humor, Ethics and Conversation in the public square, University of Colorado at Boulder, 2011.

وفيـه تنـاول الكثـر مـن الأمـور السياسـية بطريقـة سـاخرة، حيـث ركـزت الباحثـة عـلى تناولـه لموضوعـات ولقضايـا ذات خلفيـة دينيـة في برنامجـه، بمـا يحتلـه الديـن مـن مكانـة كبـرة في نفـوس كثيريـن، وخلصـت إلى أن هنـاك رأيـين، الأول: عـدم مناقشـة الديـن في المجـال العـام، الثـاني: وضـع مراقبـة حازمـة لمناقشـة الموضوعـات ذات الخلفيـة أو الطبيعـة الدينيـة.

دراسـة (Patrick Lee Plaisance, Elizabeth A. Skewes and Thomas Hanitzsch): التوجهـات الأخلاقيـة للصحفيـين حـول العـالم[1]: اهتمـت هـذه الدراسـة بتحليـل التوجهـات الأخلاقية للصحفيـين في نحو ١٨ بلـدًا، بهـدف البحـث في توجهـات الصحفيـين الأخلاقيـة، وتأثرهـم بعوامـل مختلفـة، تتعلـق بمسـتوى الدولـة وأيديولوجيتهـا أكـثر مـن المتغـيرات الفرديـة، تنعكـس بطبيعـة الحـال عـلى توجهاتهـم وتفكيرهـم، أكـدت نتائـج الدراسـة تأثـيرات التسلسـل الهرمـي للنظريـات بشـأن العمـل بالأخبـار، كـما أنهـا تثير تسـاؤلات حـول طبيعـة المعايـير العالميـة التـي مـن شـأنها أن تشـكل نظريـة أخلاقيـة لمهنـة الصحافـة وعلاقـة ذلـك بالثقافـات المختلفـة.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

اهتمـت الدراسـات والأوراق البحثيـة، والتـي عـرض الباحثـان لهـا، بتنـاول المعالجـة- التغطيـة الإعلاميـة، ورصـد أبـرز الانتهـاكات والأخطـاء التـي يقـع فيهـا بعـض الإعلاميـين عنـد الممارسـة الإعلاميـة لمختلـف القضايـا، ومنهـا معالجـة وتغطيـة مراحـل العمليـة الانتخابيـة المختلفـة، ومـن ثـم فقـد أفـادت هـذه الدراسـات في مجملهـا الدراسـة الحاليـة التـي يقـوم بهـا الباحثـان عـلى المسـتويين المنهجـي والمعرفي، مـن حيـث فهـم طبيعـة دور الإعـلام، بالأخـص أثنـاء الانتخابـات، بالإضافـة إلى مسـاعدة الباحثـين في بنـاء صحيفـة الاسـتقصاء التـي تـم تطبيقهـا عـلى مجموعـة متنوعـة مـن الصحفيـين والإعلاميـين.

1- Patrick Lee Plaisance, Elizabeth A. Skewes and Thomas Hanitzsch: Ethical Orientations of Journalists Around the Globe: Implications From a Cross-National Survey, Communication Research 2012 39: 641 originally published online 26 June 2012, http://crx.sagepub.com/content/39/5/641

(٣) مشكلة الدراسة:

تتمثـل مشـكلة الدراسـة في أهميـة الوقـوف عـلى أخلاقيـات المعالجـة الإعلاميـة للانتخابـات المختلفـة، والتـي تشـهدها مـصر، وعـلى وجـه الخصـوص الانتخابـات الرئاسـية، بالإضافـة إلى الانتخابـات النيابيـة والمحليـة، خاصـة وأن هنـاك احتجاجًـا متزايـدًا يتصاعـد يومًـا بعـد آخـر خـلال السـنوات القليلـة الماضيـة بشـأن المعالجـة/ التغطيـة الإعلاميـة للعمليـة الانتخابيـة، حتـى أصبحـت وسـائل الإعـلام طرفًـا رئيسـيًا في الصراعـات التـي تشـهدها العمليـة الانتخابيـة بأطرافهـا المتعـددة.

ومـن الأهميـة بمـكان أن يقـوم الإعلاميـون أنفسـهم، في إطـار مـن التنظيـم الـذاتي للجماعـة الصحفية والإعلاميـة، في تأكيـد أخلاقيـات المعالجـة الإعلاميـة للانتخابـات، بمـا يمكـن أن يُسـاهم مسـتقبلًا في التوصـل إلى «مدونـة سـلوك» يلتزمـون بهـا في ممارسـاتهم الإعلاميـة أثنـاء عمليـة المعالجـة/ التغطيـة الإعلاميـة للانتخابات.

(٤) أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في النقاط التالية:

١. التعـرف عـلى مـدى تأثـر الإعلاميـين في معالجتهـم الإعلاميـة للانتخابـات بالسياسـة التحريريـة للوسـيلة الإعلاميـة التـي يعملـون بهـا، ومـدى تدخـل الرؤسـاء المباشريـن في عمـل الإعلاميـين.
٢. تحليـل المشـكلات التـي تواجـه الإعلاميـين أثنـاء معالجتهـم الإعلاميـة للانتخابـات، وكيفيـة مواجهتهـم لها .
٣. تفسير درجة الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامية.
٤. اكتشـاف درجـة الموافقـة عـلى المعايـير المقترحـة لضـمان معالجـة إعلاميـة مهنيـة لتغطيـة الانتخابات في مـصر.

٥. رصد الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر.

(٥) تساؤلات الدراسة وفروضها:

(٥ - ١) تساؤلات الدراسة:

تأتي تساؤلات الدراسة انعكاسًا لأهدافها وترجمة لها، حيث يمكن توضيح تلك التساؤلات على النحو التالي:

١. ما مدى تأثر الإعلاميين في معالجتهم الإعلامية للانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية والرؤساء المباشرين؟

٢. كيف يمكن تحليل مشكلات الممارسة المهنية للإعلاميين أثناء معالجتهم الإعلامية للانتخابات في ضوء فهم البيئة الصحفية/ الإعلامية؟

٣. كيف يمكن تفسير موقف الإعلاميين من المعالجة الإعلامية للانتخابات؟

٤. ما موقف الإعلاميين من آليات ضبط الأداء المهني؟ وكيف يمكن تفسير هذا الموقف؟

٥. ما معايير ضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر؟

٦. ما الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر؟

(٥ - ٢) فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في الاعتقاد بمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية.

٢. الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

٣. الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

(٦) الإطار النظري للدراسة:

تستفيد هذه الدراسة من الفهم العام والطرح الفكري الخاص بعدد من نظريات الإعلام في مقدمتها:

(٦- ١) نظرية «المسئولية الاجتماعية» Social Responsibility:

يؤرخ لنظرية «المسئولية الاجتماعية» بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية، والذي صدر عام ١٩٤٧م تحت عنوان «صحافة حرة ومسئولة» A free and Responsible Press، حيث أكد التقرير على حرية وسائل الإعلام، وأن كل حرية يقابلها مسئولية، فالحرية حق وواجب ومسئولية في ذات الوقت، ومن جانب آخر أن التجاوزات التي تحدث من قبل الصحافة يكون لها أكبر الضرر في المجتمع[١].

ومن ثم فإنه يمكن القول إن الفكرة الرئيسية التي تقوم عليها هذه النظرية هي التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسئوليتها أمام المجتمع[٢]، وهو ما يستلزم قيام وسائل الإعلام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، من خلال وضع معايير مهنية للإعلام منها الصدق

١- انظر: أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي التاسع: أخلاقيات الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٣م، ص ١٦. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص ص ٢٢٣-٢٢٤.

٢- رباب عبد الرحمن هاشم، أبعاد المسئولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التليفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والأربعون، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٢م، ص ص ٣٤٥-٣٤٦.

والموضوعيـة والتـوازن والدقـة، بالإضافـة إلى تعدديـة وسـائل الإعـلام بمـا يعكـس تنـوع الآراء والأفـكار في المجتمـع، ومـن ثـم فإنـه «يحظـر عـلى وسـائل الإعـلام نـشر أو عـرض مـا يسـاعد عـلى الجريمـة أو العنـف أو مـا لـه تأثـير سـلبي عـلى الأقليـات في أي مجتمـع، كـما يحظـر عـلى وسـائل الإعـلام التدخـل في حيـاة الأفـراد الخاصـة»[1].

ومـن جانبـه يذهـب محمـد حسـام الديـن إلى أنـه يمكـن تحديـد المسـئولية الاجتماعيـة للصحافـة بتعريـف:

(أ) المسئولية الاجتماعية للصحافة تجاه المجتمع.

(ب) المسئولية الاجتماعية للصحفيين تجاه جماعاتهم المهنية.

وهـو يُعـرّف المسـئولية الاجتماعيـة للصحافـة تجـاه المجتمـع بأنهـا «مجمـوع الوظائـف التـي يجـب أن تلتـزم بتأديتهـا أمـام المجتمـع في مختلـف مجالاتـه السياسـية والاقتصاديـة والاجتماعيـة والثقافيـة، يتوافـر في معالجتهـا لموادهـا قيـم مهنيـة كالدقـة والموضوعيـة والتـوازن والشـمول، شريطـة أن تتوافـر للصحافـة حريـة حقيقـة تجعلهـا مسـئولة أمـام القانـون والـرأي العـام»، كـما يعـرف مسـئولية الصحفـي تجـاه جماعتـه المهنيـة بأنهـا «محصلـة اسـتجابة الصحفـي نحـو فهـم ومشـاركة جماعتـه المهنيـة في أداء مهامهـا، وحرصـه عـلى تماسـك واسـتمرار وسـمعة جماعتـه الصحفيـة، وتحقيـق أهدافهـا وتدعيـم تقدمهـا في شـتى المجـالات وتفهمـه لمشـكلاتها، وهـي اسـتجابة نابعـة مـن ذاتـه غـير مجـبر عليهـا»[2].

١- انظر: محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص ص ٢٢٤-٢٢٥.

٢- محمـد حسـام الديـن، المسـئولية الاجتماعيـة للصحافـة، القاهـرة: الـدار المصريـة اللبنانيـة، ٢٠٠٣م، ص ص ٩٨-١٠٢. للمزيـد انظـر: محمـد حسـام الديـن محمـود إسـماعيل، المسـئولية الاجتماعيـة للصحافـة المصريـة، رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، القاهـرة: جامعـة القاهـرة، كليـة الإعـلام، قسـم الصحافـة، ١٩٩٦م.

(٦ - ٢) نظرية «حارس البوابة» Gate Keeper:

ترى هذه النظرية أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل من المصدر إلى الجمهور المستهدف فإنه توجد نقاط أو بوابات، وكأن الاتصال هنا عبارة عن سلسلة متصلة الحلقات، يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج[١]، أي ما يُنشر وما لا يُنشر على الجمهور، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر[٢].

كما رأت تلك النظرية أن القائم بالاتصال هو المسئول عن البحث عن المعلومة، والتأكد من صحتها قبل تقديمها للجمهور، ومن ثم قدرة الصحفي على الملاحظة والمتابعة أحداث واختيار ما يمكن نشره، وإن كان يواجه الكثير من الضغوط في هذا السبيل[٣]، بالإضافة إلى الأمور التي تؤثر عليه، حيث يتأثر حارس البوابة بعدة معايير هي: قيم المجتمع وتقاليده وما به من مبادئ يسعى لإقرارها، المعايير الذاتية للقائم بالاتصال وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية، المعايير المهنية للقائم بالاتصال وتشمل سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار وعلاقات العمل وضغوطه، معايير الجمهور من حيث ردود فعل الجمهور تجاه المادة الإعلامية[٤].

١- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة السابعة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨م، ص ص ١٧٦- ١٧٧.

٢- انظر: محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص ٢٧٠.

٣- أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، مرج سابق، ص ص ١٦-١٧.

٤- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص ١٧٨-١٨٤. للمزيد حول نظرية (حارس البوابة) يمكن الرجوع إلى: جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي، ص ص ٢٩٨ – ٣٥١.

(٧) نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف التعرف على رؤية الإعلاميين- باعتبارهم يمثلون مجتمع الدراسة- لأخلاقيات الممارسة المهنية فيما يتعلق بتغطية الانتخابات، والعوامل المؤثرة على اتجاهات هذه الممارسة.

(٨) منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على أسلوب المسح الإعلامي في جمع البيانات، من خلال مسح مجتمع الإعلاميين العاملين في عدد من وسائل الإعلام الحكومية والحزبية والخاصة، بهدف الحصول على إجابات دقيقة عن موضوع الدراسة، التي تسهم في الإجابة على تساؤلاتها للتوصل إلى نتائج مفسرة، لها دلالتها الإحصائية، وذلك لقياس آراء واتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدونة سلوك لتغطية الانتخابات، كما استخدمت أيضًا المنهج المقارن للمقارنة بين استجابات المبحوثين في وسائل الإعلام بوجه عام.

(٩) عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقًا لأسلوب العينة الحصصية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ إعلامي من العاملين بالصحافة والإذاعة والتليفزيون والمواقع الصحفية الإلكترونية، وقد تم مراعاة طبيعة ملكية الوسيلة الإعلامية.

(١٠) أداة جمع البيانات وأسلوب المعالجة:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال صحيفة الاستقصاء التي تم تصميمها وتوزيع أسئلتها على خمسة محاور عرضت نتائج الدراسة وفقًا لها، وتم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين، لقياس صدقها وقدرتها على الإجابة على تساؤلات البحث.

(١١) إجراءات الصدق للدراسة:

يقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليه الصدق الظاهري، ومن ثم قام الباحثان بالتحقق من صدق استمارة الاستبيان بتحكيمها من عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام[١]، وأجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناءً على توجيهاتهم لوضع استمارة الاستبيان في صورتها النهائية.

وقد تم تطبيق الاستمارة ميدانيًا بأسلوب المقابلة الشخصية، وبعد المراجعة المكتبية لاستمارات البحث واستبعاد غير الصالح منها للتطبيق والمعالجة الكمية تم تفريغ البيانات باستخدام برنامج (SPSS)، والاعتماد على حساب التكرارات واستخراج الجداول البسيطة والمركبة، واستخدام المتوسط الحسابي والوزن النسبي، بالإضافة إلى بعض المعاملات الإحصائية (كا^{٢}- معامل التوافق- اختبار أنوفا أحادي الاتجاه)، وذلك للتوصل إلى نتائج الدراسة العامة والتفصيلية.

١- استعان المؤلفان/ الباحثان في تحكيم الاستمارة بكل من:

أ. د. محمد شومان: عميد كلية الإعلام- الجامعة البريطانية.

أ. د. عادل عبد الغفار: عميد كلية الإعلام- جامعة بني سويف.

د. عادل صالح: مدرس الصحافة بكلية الإعلام- الجامعة البريطانية.

د. محمد بسيوني: خبير في مجال حقوق الإنسان- صحفي بمؤسسة (الأهرام).

الفصل الثالث
الإعلام والانتخابات : دراسة ميدانية

عينة الدراسة:

اختار الباحثان عينة الدراسة الميدانية وفقًا لأسلوب العينة الحصصية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ إعلامي من العاملين بالصحافة والإذاعة والتليفزيون والمواقع الصحفية الإلكترونية، وإن استجاب ١٨٠ إعلاميًا منهم فحسب، وقد حرص الباحثان على تنوع المبحوثين من حيث نوع الوسائل التي يعملون بها ونمط ملكيتها، حتى تمثل العينة - إلى حد كبير- مجتمع العاملين في المجال الإعلامي في مصر، على النحو الذي يوضحه الجدول التالي.

(جدول رقم ١)

توزيع عينة الإعلاميين حسب نوع الوسيلة ونمط ملكيتها

نوع الوسيلة		نمط الملكية			الإجمالي
		حكومي	حزبي	خاص	
صحف	ك	٢٤	١٥	٢٧	٦٦
	٪	٢٩,٦	١٠٠	٣٢,١	٧,٦٣
راديو	ك	٢٥		١٦	٤١
	٪	٣٠,٩		١٩,٠	٢٢,٨
تليفزيون	ك	٢٥		٢٩	٥٤
	٪	٣٠,٩		٣٤,٥	٣٠
إعلام إلكتروني	ك	٧		١٢	١٩
	٪	٨,٦		١٤,٣	١٠,٦
الإجمالي	ك	٨١	١٥	٨٤	١٨٠
	٪	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

كما ظهر هذا التنوع أيضًا في المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على النحو التالي:

(جدول رقم ٢)

الخصائص الديموغرافية للإعلاميين عينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية		ك	٪
الجنس	ذكر	١٢٢	٦٧,٨
	أنثى	٥٨	٣٢,٢
العمر	من ١٢ -٠٣- سنة	٩٠	٥٠
	من ١٣ -٠٤- سنة	٥١	٢٨,٣
	أكثر من ٠٤ سنة	٣٩	٢١,٧
سنوات الخبرة	من سنة إلى ٥ سنوات خبرة	٧٢	٤٠
	من ٦ سنوات -إلى ٠١ سنوات خبرة	٤٧	٢٦,١
	أكثر من ٠١ سنوات	٦١	٣٣,٩

وفيـما يتعلـق بالانتـماءات السياسـية للمبحوثـين تبـين أن الصحفيـين، بـل والإعلاميـين عمومًـا، لا يعـبرون صراحـة عـن انتماءاتهـم السياسـية والحزبيـة رغـم عملهـم في بعـض الأحيـان في صحـف حزبيـة، أو في وسـائل إعلاميـة معـروف اتجاهاتهـا السياسـية، ربمـا لأنـه مـن الممكـن أن ينتقلـوا - وفي بعـض الأحيـان- مـن صحيفـة حزبيـة إلى صحيفـة حزبيـة أخـرى، أو مـن وسـيلة إعلاميـة إلى وسـيلة إعلاميـة أخـرى، لهـا اتجاهاتهـا السياسـية والأيديولوجيـة، مـما قـد يعتـبره البعـض تغيـيرًا لانتماءاتهـم السياسـية، إلا أن ثلاثـة مبحوثـين فحسـب مـن إجـمالي ١٨٠ مبحوثًـا قـد ذكـروا صراحـة انتمائهـم السـياسي، ينتمـي اثنـان منهـما إلى حـزب التجمـع بينـما ينتمـي مبحـوث واحـد إلى حـزب الوفـد، وفيـما يـلي (جـدول رقـم ٣) يوضـح التصنيـف السـياسي للمبحوثـين مـن وجهـة نظرهـم:

(جدول رقم ٣)

التصنيف السياسي للإعلاميين عينة الدراسة

التصنيف	ك	٪	التصنيف	ك	٪
لا أعرف	٥٠	٢٧,٨	يساري	٦	٣,٣
ليبرالي	٤٦	٢٥,٦	اشتراكي	٤	٢,٢
مصري	٢٣	١٢,٨	أخرى تذكر	٨	٤,٤
قومي	٢٢	١٢,٢	رفض الإجابة	١٧	٩,٤
إسلامي	٩	٥	Total	١٨٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ١١٣ مبحوثًا (بنسبة ٦٢,٨٪) استطاعوا بوضوح تحديد التيار السياسي الذي ينتمون إليه، حيث ينتمي ٤٦ مبحوثًا من ١١٣ مبحوثًا بنسبة (٤٠,٧٪) للتيار الليبرالي، بينما ينتمي ٣٤ مبحوثًا (بنسبة ٣٠,١٪) للتيارات اليسارية المختلفة، وينتمي تسعة مبحوثين فحسب للتيار الإسلامي، كما يتبين من الجدول السابق أن ٩٠ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا عينة الدراسة (بنسبة ٥٠٪) تهربوا من إجابة السؤال بصور متعددة إما لأنه لا يعرف تصنيفه السياسي (٢٧,٨٪)، أو اكتفائه بالقول إنه مصري (١٢,٨٪)، أو إنه رفض الإجابة على السؤال (٩,٤٪).

محاور الدراسة:

يستعرض الباحثان نتائج الدراسة الميدانية التي قاما بها في إطار المحاور الستة التالية:

١. مدى تأثر الإعلاميين في تغطية الانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية والرؤساء المباشرين.

٢. مشكلات الممارسة المهنية للإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات.

٣. موقف الإعلاميين من التغطية الإعلامية للانتخابات.

٤. موقف الإعلاميين من آليات ضبط الأداء المهني.

٥. معايير ضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر.

٦. الحلـول المقترحـة لضـمان التـزام المعالجـة الإعلاميـة بالمهنيـة في مجـال تغطيـة الانتخابـات في مـصر.

النتائج العامة للدراسة:

هدفـت الدراسـة الميدانيـة التعـرف عـلى الوظائـف التـي ينبغـي أن تقـوم بهـا وسـائل الإعـلام المختلفـة أثنـاء الانتخابـات مـن وجهـة نظـر الإعلاميـين، وهـو مـا توضحـه بيانـات الجـدول التـالي.

(جدول رقم ٤)

وظائف وسائل الإعلام أثناء الانتخابات من وجهة نظر الإعلاميين

وظائف الإعلام أثناء الانتخابات	ك	٪
تقديم الأخبار والمعلومات	١٠٧	٥٩,٤
مراقبة أداء المرشحين	٧٨	٤٣,٣
التشويق والإثارة الإعلامية	٧٣	٤٠,٦
تحقيق الربح المادي	٥٣	٢٩,٤
توعية المجتمع بالقضايا المُلحّة	٥٠	٢٧,٨
التعليم والتثقيف	٤٢	٢٣,٣
أخرى تذكر	٩	٥
جملة من سئلوا	١٨٠	

يتضـح مـن بيانـات الجـدول السـابق أن أهـم ثـلاث وظائـف يجـب أن تقـوم بهـا وسـائل الإعـلام المختلفـة أثنـاء العمليـة الانتخابيـة، هـي: تقديـم الأخبـار والمعلومـات (بنسـبة ٥٩,٤٪)، ومراقبـة أداء المرشـحين (٤٣,٣٪)، والتشـويق والإثـارة الإعلاميـة (٤٠,٦٪). ويليهـم بفـارق نسـبي كبـير كل مـن: تحقيـق الربـح المـادي (٢٩,٤٪)، وتوعيـة المجتمـع بالقضايـا الملحـة (٢٧,٨٪)، والتعليـم والتثقيـف (٢٣,٣٪).

وإذا كانت هذه الوظائف هي ما ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام أثناء الانتخابات إلا أن بعض الإعلاميين قد أضافوا بعض الوظائف الأخرى التي تقوم بها وسائل الإعلام «فعليًا» ومن واقع ممارستهم العملية أثناء الانتخابات، منها ما هو سلبي ومنها ما هو إيجابي، وكان من أبرز الأدوار السلبية التي أشاروا إليها: إثارة الصراعات والانقسامات، الانحياز لمرشح بعينه وتوجيه الناخبين للتصويت، التشويش الإعلامي، تزييف الوعي، الدعاية لمرشح الحكومة، ومتابعة سير العملية الانتخابية ومراقبة مدى نزاهتها، محاولة جذب أكبر نسبة مشاهدة. وعلى الرغم من انخفاض النسبة حيث لم تتجاوز ٥٪ من إجمالي العينة، إلا أنها تعطي مؤشرًا على وجود نسبة من الإعلاميين الرافضين لممارسات وسائل الإعلام أثناء الانتخابات وهو ما سيتم توضحيه لاحقًا من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

المحور الأول: مدى تأثر الإعلاميين في تغطية الانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية والرؤساء المباشرين:

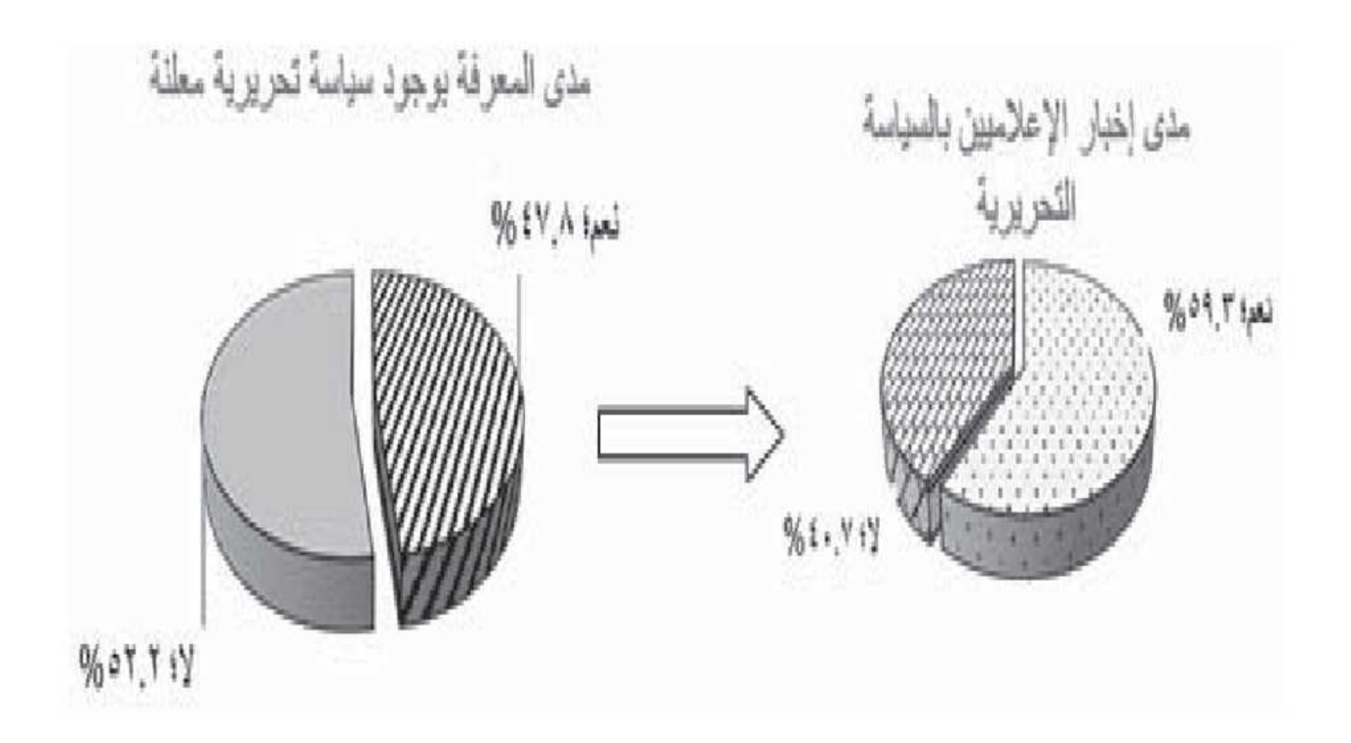
استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى تأثر الإعلاميين أثناء تغطيتهم للانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها وبالرؤساء المباشرين، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

١- مدى معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية للوسيلة التي يعملون بها وإخبارهم بها:

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٤٧,٨٪ من الإعلاميين يعرفون بوجود سياسة تحريرية معلنة للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها (٨٦ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، حيث تم إخبار ٥١ مبحوثًا فحسب من إجمالي ٨٦ إعلاميًا عينة الدراسة (بنسبة ٥٩,٣٪)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١)

مدى معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية للوسيلة وإخبارهم بها



وقد تبين من الدراسة الميدانية أن حوالي نصف المبحوثين (٩٤ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا، بنسبة ٥٢,٢٪) لا يعرفون بوجود سياسية تحريرية معلنة للوسائل الإعلامية التي يعملون بها، وغالبًا لم يتم إخبار الإعلاميين بشكل شخصي بقواعد السياسة التحريرية التي تتبعها الوسيلة الإعلامية. وقد أظهرت النتائج أن نمط ملكية الوسيلة لا يؤثر في معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية معلنة للوسيلة، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٢)

تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية على معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية

	نعم	لا
حكومي	48.1%	51.9%
حزبي	46.7%	53.3%
خاص	47.6%	52.4%

وبصفة عامة لم يتضح تأثير نوع الوسيلة ونمط ملكيتها على معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية معلنة، إلا أنه يُلاحظ حرص الصحف الخاصة وقنوات التليفزيون الحكومي على وجود سياسة تحريرية معلنة يعرف بها الإعلاميون العاملون بهما، وقد يرجع ذلك لارتباط أصحاب الصحف الخاصة، وفي الأغلب الأعم، بشبكة علاقات ومصالح سياسية واقتصادية مما قد يؤثر على السياسة التحريرية/ الإعلامية للوسيلة الإعلامية ومعالجاتها لمختلف القضايا المجتمعية، السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بينما ترتبط قنوات التليفزيون الحكومي بالسياسة العامة للحكومة والحزب الحاكم متى وصل إلى السلطة.

(جدول رقم ٥)

تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها على معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية

المعرفة بوجود سياسة تحريرية معلنة	الوسيلة الإعلامية ونمط ملكيتها												
	الصحف				الراديو			التليفزيون			الإعلام الالكتروني		
	حكومي	حزبي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي
نعم	١٠	٧	١٨	٣٥	١٢	٩	٢١	١٢	١١	٢٣	٥	٢	٧
	٤١,٧	٤٦,٧	٦٦,٧	٥٣	٤٨	٥٦,٣	٥١,٢	٤٨	٣٧,٩	٤٢,٦	٧١,٤	١٦,٧	٣٦,٨
لا	١٤	٨	٩	٣١	١٣	٧	٢٠	١٣	١٨	٣١	٢	١٠	١٢
	٥٨,٣	٥٣,٣	٣٣,٣	٤٧	٥٢	٤٣,٨	٤٨,٨	٥٢	٦٢,١	٥٧,٤	٢٨,٦	٨٣,٣	٣٦,٢
الإجمالي	٢٤	١٥	٢٧	٦٦	٢٥	١٦	٤١	٢٥	٢٩	٥٤	٧	١٢	١٩
	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

١- مدى تغير السياسة التحريرية للوسائل الإعلامية أثناء الانتخابات:

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٧٨,٣٪ من الإعلاميين عينة الدراسة قد شاركوا في تغطية انتخابات سابقة (١٤١ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، حيث يرى ٤١,٨٪ من هؤلاء الإعلاميين أن السياسة التحريرية للوسائل الإعلامية التي يعملون بها ثابتة أثناء الانتخابات (٥٩ مبحوثًا من إجمالي ١٤١)، بينما يرى ٤٠,٤٪ من المبحوثين أنها متغيرة، وقد يرجع عدم قدرة الإعلاميين على الجزم بما إذا كانت السياسة التحريرية ثابتة أم متغيرة إلى عدم معرفة نسبة كبيرة منهم بوجود سياسية تحريرية مُعلنة، وحتى في حالة معرفتهم بوجود سياسة تحريرية مُعلنة إلا أنه لم يتم إخبارهم بشكل شخصي بقواعد السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، ولم يظهر تأثير لنوع ونمط ملكية الوسيلة على رأي الإعلاميين عينة الدراسة في مدى تغير أو ثبات السياسة التحريرية للوسيلة أثناء الانتخابات، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي.

(جدول رقم ٦)

تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها على تغير السياسة التحريرية أثناء الانتخابات

مدى تغير السياسة التحريرية		الوسيلة الإعلامية ونمط ملكيتها												
		الصحف			الراديو			التليفزيون			الإعلام الإلكتروني			
		حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	
ثابتة	ك	٧	٥	١١	٢٣	١٠	٤	١٤	٤	١٥	١٩	١	٢	٣
	٪	٤١,٢	٤٥,٥	٥٢,٤	٤٦,٩	٤٧,٦	٢٨,٦	٤٠	٢٠	٥٥,٦	٤٠,٤	٢٠	٤٠	٣٠
متغيرة	ك	٨	٤	٨	٢٠	١٠	٦	١٦	١١	٤	١٥	٤	٢	٦
	٪	٤٧,١	٣٦,٤	٣٨,١	٤٠,٨	٤٧,٦	٤٢,٩	٤٥,٧	٥٥	١٤,٨	٣١,٩	٨٠	٤٠	٦٠
لا أعرف	ك	٢	٢	٢	٦	١	٤	٥	٥	٨	١٣		١	١
	٪	١١,٨	١٨,٢	٩,٥	١٢,٢	٤,٨	٢٨,٦	١٤,٣	٢٥	٢٩,٦	٢٧,٧		٢٠	١٠
الإجمالي	ك	١٧	١١	٢١	٤٩	٢١	١٤	٣٥	٢٠	٢٧	٤٧	٥	٥	١٠
	٪	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وعلى الرغم من عدم وجود علاقة ظاهرة بين نوع الوسيلة ومدى تغير السياسة التحريرية للوسيلة أثناء الانتخابات، إلا أن اختبار كا٢[١] كشف عن وجود علاقة دالة إحصائيًا ولكنها سلبية ضعيفة بين نمط ملكية القنوات التليفزيونية ومدى تغير السياسة التحريرية لها أثناء الانتخابات، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بقنوات التليفزيون الحكومية يرون أن السياسة التحريرية للتليفزيون «الرسمي/ الحكومي» أثناء الانتخابات متغيرة، بينما على العكس يرى الإعلاميون العاملون بالقنوات التليفزيونية الخاصة أن السياسة التحريرية لقنواتهم ثابتة أثناء الانتخابات.

٣- مدى تأثر الإعلاميين بالرؤساء المباشرين في تغطية انتخابات سابقة:

خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٧٨٪ من الإعلاميين عينة الدراسة يتدخل رؤساؤهم المباشرين في تغطيتهم الإعلامية خلال الانتخابات، حيث يرى ١٠,٦٪ (١٥ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا شاركوا في تغطيات إعلامية للانتخابات) من المبحوثين أن رؤساءهم المباشرين يتدخلون دائمًا في عملهم أثناء الانتخابات، بينما ٦٧,٤٪ من المبحوثين يرون أن هذا التدخل يكون أحيانًا.

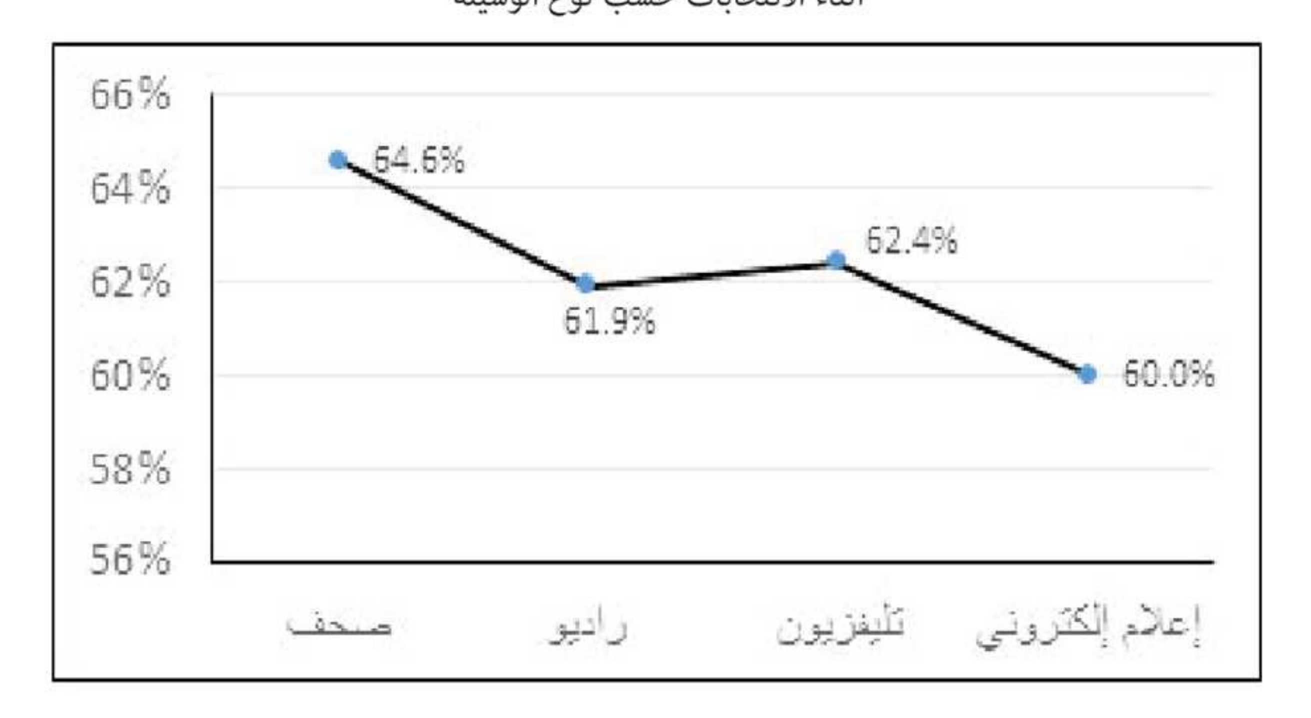
كما تبين من الدراسة أن نوع الوسيلة الإعلامية لا يؤثر في تدخل الرؤساء المباشرين، حيث يوضح (الشكل رقم ٣) توزيع الأوزان النسبية لدرجة تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين أثناء الانتخابات حسب نوع الوسيلة، حيث كانت درجة التدخل بصفة عامة متوسطة.

١- كا٢ = ٩,٥، د.ح= ٢، ر= -٠,٢١، الدلالة الإحصائية= ٠,٠٠٩.

(شكل رقم ٣)

توزيع الوزن النسبي لمدى تدخل الرؤساء المباشرين في العمل الإعلامي

أثناء الانتخابات حسب نوع الوسيلة



بينما ظهرت علاقة دالة إحصائيًا[1] بين نمط ملكية الوسيلة ومدى تدخل الرؤساء المباشرين في التغطية الإعلامية أثناء الانتخابات، حيث يوضح (الشكل رقم ٤) توزيع الأوزان النسبية لمدى تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين أثناء الانتخابات حسب نمط ملكية الوسيلة، حيث تبين أن الوسائل الخاصة هي الأقل من حيث تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين أثناء الانتخابات ربما لتفهم القائمين بالاتصال بطبيعة الوسيلة التي يعملون بها، فلا يحتاج الأمر إلى تدخل من جانب رؤساء العمل، بينما الوسائل الحكومية هي الأعلى في تدخل الرؤساء المباشرين في العمل الإعلامي بسبب ارتباطها بالسياسة العامة للحكومة/ السلطة القائمة، وبالتالي معرفة العاملين بهذه الوسائل بسقف الحريات المسموح به.

١- كا٢ = ٨,٩٤، د.ح= ٤، ر= ٠,٢٤٤، الدلالة الإحصائية= ٠,٠٥.

(شكل رقم ٤)

توزيع الوزن النسبي لمدى تدخل الرؤساء المباشرين في العمل الإعلامي

أثناء الانتخابات حسب نمط ملكية الوسيلة



وعنـد الربـط بـين مـدى تدخـل الرؤسـاء المباشريـن في التغطيـة الإعلاميـة للانتخابـات وسـؤال المبحوثـين مـا إذا تـم إخبارهـم بالسياسـة التحريريـة للوسـيلة التـي يعملـون فيهـا تبـين أن ٦٦,٧٪ مـن المبحوثـين الذيـن تـم إخبارهـم شـخصيًا بقواعـد السياسـة التحريريـة للوسـيلة الإعلاميـة يتدخل رؤسـاؤهم أحيانـًا في تغطيتهـم الإعلاميـة للانتخابـات، كـما لوحـظ أن النسـبة الأكـبر مـن الإعلاميـين (٨١,٣٪) الذيـن لم يتـم إخبارهـم بالسياسـة التحريريـة للوسـيلة يتدخـل رؤسـاؤهم في تغطيتهـم الانتخابيـة، بينـما عـلى العكـس مـع الراديـو والتليفزيـون، حيـث أن النسـبة الأكـبر مـن الذيـن تـم إخبارهـم بالسياسـة التحريريـة للوسـائل التـي يعملـون بهـا يتدخـل رؤسـاؤهم المباشريـن في تغطيتهـم للانتخابـات.

٤- أشكال التدخل في العمل الإعلامي من قبل الرؤساء المباشرين:

فيما يتعلق بأشكال التدخل في العمل الإعلامي من قبل الرؤساء المباشرين، تبين أن «إبراز موضوعات معينة» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠,٩٪، حيث اتضح أن العاملين بالراديو (٨٨,٥٪) هم الأكثر تعرضًا لهذا التدخل، ومن حيث نمط الملكية تبين أن العاملين بوسائل الإعلام الخاصة (٦٤,٦٪) هم الأكثر تعرضًا لتدخل رؤسائهم لإبراز موضوعات معينة، ويليها بفارق نسبي واضح كل من «حذف أجزاء معينة»، حيث تبين أن العاملين بالصحف (٦٥,٩٪) هم الأكثر تعرضًا لهذا التدخل، ومن حيث نمط الملكية تبين أن العاملين بوسائل الإعلام الخاصة (٦٦,٧٪) هم الأكثر تعرضًا لحذف أجزاء معينة من موضوعاتهم، وفي المرتبة الثالثة تأتي «إضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات»، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بالراديو (٥٧,٧٪) هم الأكثر تعرضًا لهذا التدخل، بينما العاملين في وسائل الإعلام الحكومية (٥٠٪) هم الأكثر تعرضًا لإضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات. أما باقي أشكال التدخل فقد حظيت بنسب منخفضة يوضحها الجدول التالي.

(جدول رقم ٧)

أشكال التدخل في العمل الإعلامي أثناء الانتخابات

أشكال التدخل	ك	٪
إبراز موضوعات معينة	٦٧	٦٠,٩
حذف أجزاء معينة	٥٣	٤٨,٢
إضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات	٤٩	٤٤,٥
التركيز على جانب معين من الموضوع وإغفال جوانب أخرى	٣١	٢٨,٢
حذف موضوعات معينة	٢٣	٢٠,٩
الاهتمام بالإثارة الإعلامية	٢١	١٩,١
فرض مصادر معينة على الموضوعات	١٨	١٦,٤
أخرى تُذكر	٣	٢,٧
جملة من سئلوا	١١٠	

٥-أسباب التدخل في العمل الإعلامي من قبل الرؤساء المباشرين:

تبين من الدراسة الميدانية أن مراعاة السياسية التحريرية للوسيلة الإعلامية يُعد من أهم أسباب تدخل الرؤساء المباشرين في العمل أثناء الانتخابات - من وجهة نظر الإعلاميين- حيث جاء هذا السبب في المرتبة الأولى بنسبة ٧٤,٥٪، حيث أن العاملين في الصحف (٨٠,٥٪)، يليهم العاملون في الراديو (٧٣,١٪) هم الأكثر تعرضًا لمثل هذا التدخل، كما تبين أن العاملين في وسائل الإعلام الحزبية (٨٠٪) والخاصة (٧٧,١٪) هم كذلك الأكثر تعرضًا لهذا التدخل، وفي المرتبة الثانية بفارق واضح «إرضاء السلطة والأجهزة الرقابية» بنسبة ٤٣,٦٪، وظهر هذا التدخل مع الإعلاميين العاملين في الراديو (٥٠٪)، والتليفزيون (٤٤,٤٪)، وبشكل أقل في الصحف (٣٩٪)، كذلك تبين أن الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الخاصة (٤٧,٩٪)، والحكومية (٤٢,٣٪) هم الأكثر تعرضًا للتدخل إرضاءً للسلطة والأجهزة الرقابية، وبشكل أقل يأتي العاملون في الإعلام الحزبي (٣٠٪)، أما باقي الأسباب فقد جاءت بنسب منخفضة يوضحها الجدول التالي.

(جدول رقم ٨)

أسباب التدخل في العمل الإعلامي أثناء الانتخابات

أسباب التدخل	ك	٪
مراعاة السياسة التحريرية الوسيلة الإعلامية	٨٢	٧٤,٥
إرضاء السلطة والأجهزة الرقابية	٤٨	٤٣,٦
إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية	٢٥	٢٢,٧
إرضاء أطرف معينة داخل المجتمع (تيارات أو أحزاب سياسية معينة)	٢٢	٢٠
بهدف تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار	١٦	١٤,٥
أخرى تُذكر	٦	٥,٥
جملة من سئلوا	١١٠	

المحور الثاني: المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات وكيفية مواجهة الإعلاميين لها:

هدفت الدراسة الميدانية إلى التعرف على المشكلات المهنية والأخلاقية والقانونية التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطياتهم الإعلامية للانتخابات، كما هدفت أيضًا التعرف على سبل مواجهتهم لهذه المشكلات، خاصة القانونية منها، بالإضافة إلى أبرز الأخطاء والانتهاكات والضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطيتهم الإعلامية للانتخابات، على النحو التالي:

١- المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات:

خلصت الدراسة إلى أن «عدم تعاون بعض المصادر» من أهم المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطيتهم الإعلامية للانتخابات (٨٨ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا بنسبة ٦٢,٤٪)، يليها بفارق طفيف في المرتبة الثانية «نقص المعلومات وتقديم معلومات غير كافية في بعض الأحيان» (٨٥ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا بنسبة ٦٠,٣٪)، وهو ما يشير إلى القضية القديمة المتجددة والتي طالما يعاني منها الإعلاميون والمتعلقة بحرية تداول المعلومات والوصول إليها، بينما تبين من إجابات الإعلاميين عينة الدراسة أن باقي المشكلات التي تواجههم ليست على درجة كبيرة من الأهمية، وهي: تدخل رئيس التحرير أو رئيس القسم، وعدم وضوح بعض المصطلحات، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٥)

المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات[1]



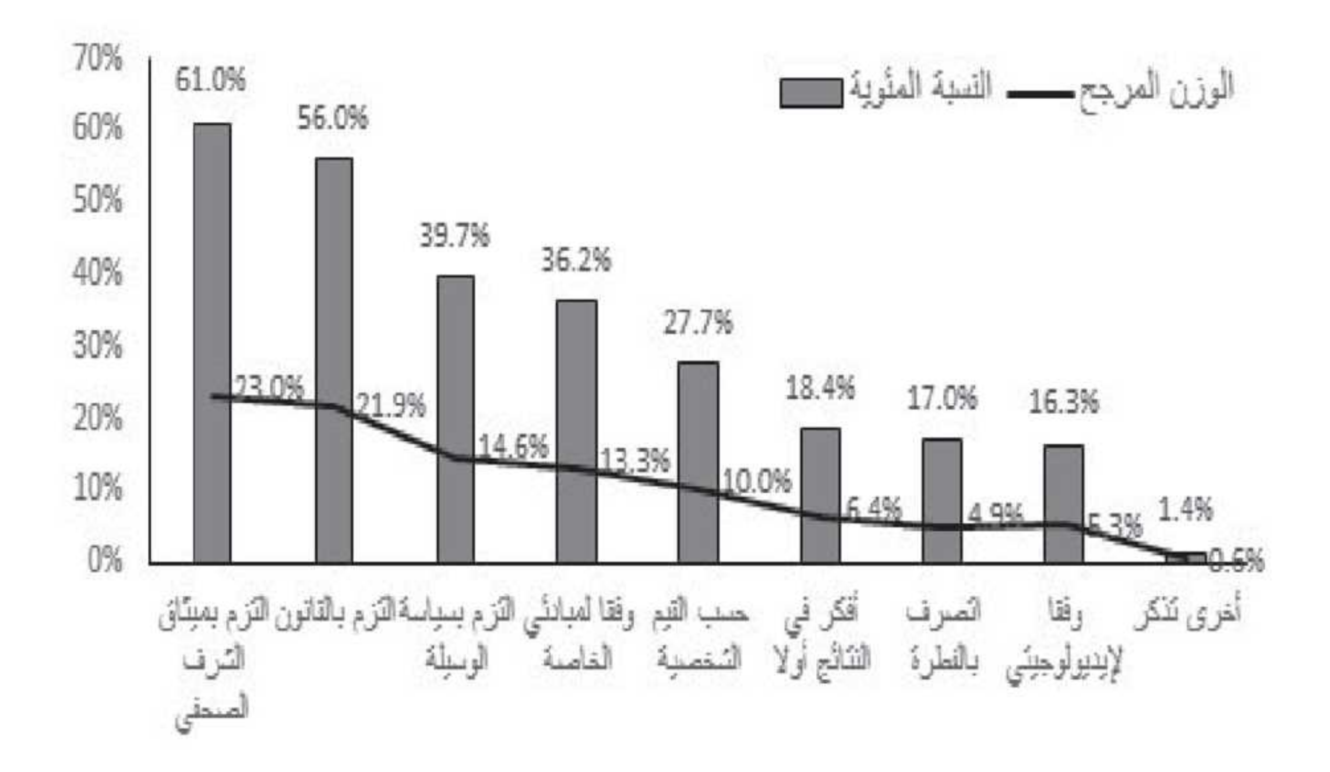
٢- سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات الأخلاقية والقانونية أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات:

رصدت الدراسة الميدانية أن «الالتزام بميثاق الشرف الصحفي» جاء في المرتبة الأولى بوزن مرجح ٢٣٪ (٨٦ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ٦١٪)، يليه في المرتبة الثانية «الالتزام بالقانون» بوزن مرجح ٢١,٩٪ (٧٩ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ٥٦٪)، أما باقي سبل مواجهة المشكلات الأخلاقية والقانونية فقد حصلت على أوزان مرجحة ونسب مئوية منخفضة كما يتضح من بيانات الشكل التالي:

١- أخرى تذكر: عدم نشر ما يخص الشخصيات العامة في الجيش، ضعف الأداء الإعلامي للجهة المشرفة على الانتخابات، الصورة الذهنية السلبية للقناة التي أعمل بها، عدم التوازن الإعلامي في الدعاية لأشخاص على حساب الآخرين.

(شكل رقم ٦)

سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات الأخلاقية والقانونية التي تواجههم أثناء تغطية الانتخابات



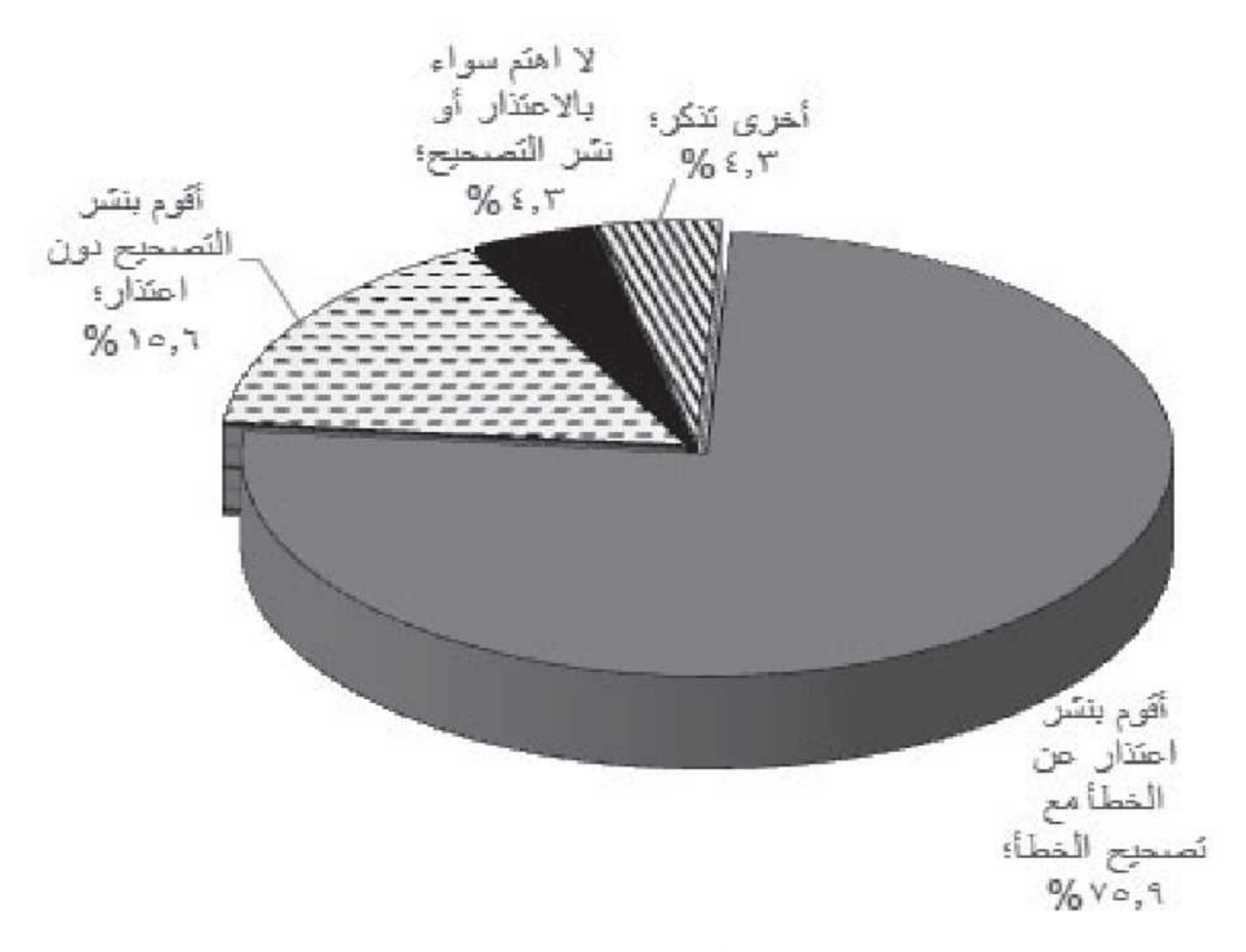
٣- سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات المهنية أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات:

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن أغلب الإعلاميين (١٠٧ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ٧٥,٩٪) يقومون بنشر اعتذار عن الخطأ مع تصحيحه، يليه بفارق نسبي كبير نشر التصحيح دون اعتذار (٢٢ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ١٥,٦٪)، ونسبة ضئيلة جدًا ٤,٣٪ من الإعلاميين عينة الدراسة لا يهتمون سواء بالاعتذار أو نشر التصحيح[1]، كما يتضح من بيانات الشكل التالي:

١- حق الرد والتصحيح: بمعنى أنه كما يملك الصحفي أو الإعلامي حق كتابة الخبر أو الرأي أو تناول موضوع ما فإن من يمسهم بما يُنشر لهم حق التصحيح والتوضيح. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، مرجع سابق، ص ٧٢.

(شكل رقم ٧)

سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات المهنية التي تواجههم أثناء تغطية الانتخابات



وقد كشفت الدراسة الميدانية عن أن العاملين في الراديو (٨٥,٧٪) والعاملين في التليفزيون هم الأكثر من حيث القيام بنشر اعتذار عن الخطأ مع تصحيح الخطأ، وفيما يتعلق بنمط الملكية تبين أن العاملين في الإعلام الخاص (٧٩,١٪)، والعاملين في الإعلام الحكومي (٧٦,٢٪)، هم الأكثر اعتذارًا عن الخطأ والقيام بنشر تصحيح له، وبشكل أقل العاملين في الإعلام الحزبي (٥٤,٤٪).

٤- أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات:

تبين من الدراسة الميدانية أن نحو نصف الإعلاميين عينة الدراسة يرون أن الخطأ الخاص بـ «محاولات التأثير على اتجاهات الرأي العام من خلال بحوث واستطلاعات الرأي العام، التنبؤ والقفز على النتائج» يُعد من أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون ووسائل الإعلام أثناء تغطية الانتخابات[1]، يليه في المرتبة الثانية بنسبة ٤١,٧٪ من المبحوثين يرون أن «تركيز التغطية الإعلامية على الإثارة أكثر من تركيزها على شرح البرامج الانتخابية للأحزاب» من أهم الانتهاكات التي يقع فيها بعض الإعلاميين أثناء

١- استطلاعات الرأي العام: إن سوء استخدام نتائج استطلاعات الرأي لمصلحة بعض المرشحين من خلال وسائل الإعلام يحمل تأثيرًا على الناخبين لمصلحة هؤلاء المرشحين. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، مرجع سابق، ص ٨٩. وللمزيد حول إشكالية استطلاعات الرأي والمراكز التي تقوم بها يمكن الرجوع إلى: هشام عطية عبد المقصود، صحف وصناديق: توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص ص ٨١- ١٠٠.

يضع هشام عطية مجموعة من التوصيات الخاصة باستطلاعات الرأي وآليات عملها:

«إنشاء مصفوفة علمية للضبط المنهجي لقياسات الرأي العام في مصر، تكون بمثابة كود علمي وبحثي يمنح شفافية ومصداقية لعمليات تصميم وتطبيق استطلاعات الرأي العام، متضمنة إعلانًا واضحًا لمعايير وشروط اختيار العينات وقواعد التعامل الإحصائي مع البيانات.

إطلاق ميثاق شرف أخلاقي لممارسات استطلاعات الرأي العام في مصر يحدد أخلاقيات التعامل مع الجمهور في الاستطلاعات، وشروط توظيف الباحثين الميدانيين، تكون بمثابة محدد جودة أداء، وتتضمن ضوابط خاصة بمحتوى وطريقة إعلان نتائج الاستطلاعات.

رصد الإشكاليات التي تقلل من مصداقية وتطور وحدات استطلاعات الرأي العام ووضع خطط للتعامل معها والتغلب عليها.

التوسع في إتاحة المجال لجمعيات وهيئات مدنية ومنتديات علمية وجامعية متخصصة لمتابعة ومناقشة نتائج الاستطلاعات من خلال جلسات خبراء وكشف مدى شفافيتها للرأي العام.

وضع ضوابط بحثية وإجرائية وأخلاقية لإجراء وتطبيق ما يسمى باستطلاعات الرأي في المواقع والصحف المختلفة.

إنشاء رابطة لمراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في مصر تمنحها نوعًا من التكامل فيما بينها، وتتيح لها معرفة مبادرات استطلاعات الرأي العام التي تقوم بها وتبادل تقارير النتائج الموجزة، تلافيًا لتكرار الجهود، فضلًا عن عقد ندوات ومؤتمرات لمناقشة الإشكاليات والتحديات التي تواجه نموها».

انظر: هشام عطية عبد المقصود، صحف وصناديق: توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص ص ٩٩- ١٠٠.

تغطيتهم للانتخابات، يليه بفارق طفيف «عدم فهم البعض لأهم محددات وملامح البيئة القانونية والسياسية الخاصة بالانتخابات» (٤١,١٪)، ثم «عدم احترام الصمت الانتخابي والتحايل عليه بشتى الطرق» (٤٠٪)، وبنسب منخفضة جاء كل من «استخدام المرأة كوسيلة لكسب الدعم أو مهاجمة تيارات سياسية» (٢١,١٪)، و«استحضار البعد الطائفي في العملية الانتخابية» (٢٠,٦٪)[١]، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٨)

أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات[٢]



١ - من المفترض أن تلتزم وسائل الإعلام بعدم المساس بالأديان واستغلالها، من حيث عدم التحيز أو الانحياز مع أو ضد أحد الأديان واستغلال شعارات دينية للتأثير على الناخبين لمصلحة مرشح معين أو حزب سياسي أو فصيل سياسي. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ٨٢.

٢ - أخرى تذكر: التحيز الواضح من الإعلاميين لوجهات نظرهم الشخصية، ودعم مرشح على حساب مرشح آخر، وميل بعض الإعلاميين لمرشح بعينه.

٥- أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات:

تبين من الدراسة الميدانية أن نحو ٥٨,٩٪ من المبحوثين يرون أن «هيمنة رأس المال وتدخل التمويل في توجه وسائل الإعلام لدعم أو انتقاد تيارات سياسية معينة» من أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطيتهم للانتخابات، وفي المرتبة الثانية يأتي «التداخل بين العمل السياسي والعمل المهني» (٤٧,٨٪)، يليه بفارق طفيف في المرتبة الثالثة «التدخلات الحكومية لتأييد مرشحين موالين للحكم» (٤٠,٦٪)، بينما يرى ٣٧,٢٪ من المبحوثين أن «ضغوط الرأي العام وتوجهاته» يأتي في المرتبة الرابعة، يليه بفارق طفيف «المنع من الوصول إلى المعلومات» (٣٥,٦٪)، ثم «تعارض وتضارب المصالح بين المرشحين أو القوى السياسية» (٣١,٧٪)، وبنسب منخفضة جاء كل من «تأثير الإعلان» (٢٢,٢٪)، و «الرشاوى الانتخابية» (١٦,١٪)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم٩)

أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات



المحور الثالث: موقف الإعلاميين من التغطية الإعلامية للانتخابات:

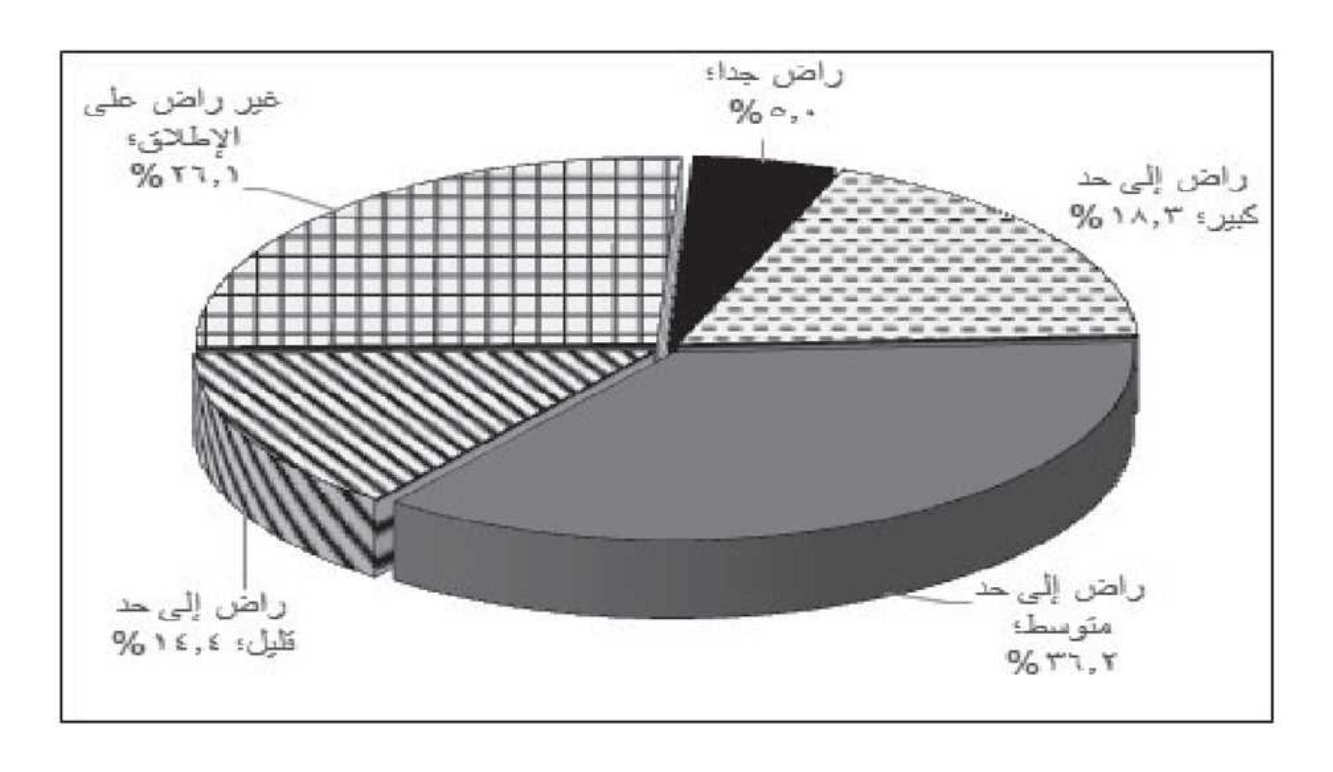
هدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات، وأسباب رضائهم أو عدم رضائهم عن أداء وسائل الإعلام، بالإضافة إلى توقعات الإعلاميين لمدى اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، وكذلك أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون وأبرز الضغوط التي يتعرضون لها أثناء تغطية الانتخابات.

١- رضا الإعلاميين عن أداء وسائل الإعلام في التغطية الإعلامية للانتخابات:

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن معدل رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام كان متوسطًا (م= ٢,٦٢، وزن نسبي = ٥٢,٤٪)، حيث تبين أن ٣٦,١٪ من الإعلاميين راضون بشكل متوسط عن أداء وسائل الإعلام، يليهم ٢٦,١٪ من الإعلاميين غير راضين على الإطلاق، كما يتضح من بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم١٠)

مدى رضا الإعلاميين عن التغطية الإعلامية للانتخابات



كما اتضح من الدراسة أن نوع الوسيلة لا يؤثر على درجة رضا الإعلامي عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة، حيث تبين أن قيمة كا٢[1] غير دالة إحصائيًا، بينما تبين أن نمط ملكية الوسيلة قد أثر على درجة رضا الإعلامي عن أداء وسائل الإعلام في تغطية الانتخابات السابقة، فقد كشف اختبار كا٢[2] عن وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين نمط ملكية الوسيلة ومدى رضا الإعلاميين عن أداء وسائل الإعلام، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بالصحف الحزبية هم الأقل رضا عن تغطية وسائل الإعلام أثناء الانتخابات (م= ١,٩٣، وزن نسبي = ٣٨,٦٪)، وقد يرجع ذلك إلى الجمود حول أفكار الحزب وأيديولوجيته، بينما كان الإعلاميون العاملون في وسائل الإعلام الحكومية هم الأكثر رضا عن أداء وسائل الإعلام (م= ٢,٩، وزن نسبي= ٥٨٪).

١- كا٢ = ١٤,٨٨، د.ح= ١٢، ر= ٠,٢٧٦ ، الدلالة الإحصائية= ٠,٢٤٨.

٢- كا٢ = ١٥,١١، د.ح= ٨، ر= ٠,٢٧٨، الدلالة الإحصائية= ٠,٠٥٧.

(جدول رقم ٩)

مدى رضا الإعلاميين عن التغطية الإعلامية للانتخابات حسب نوع الوسيلة ونمط ملكيتها

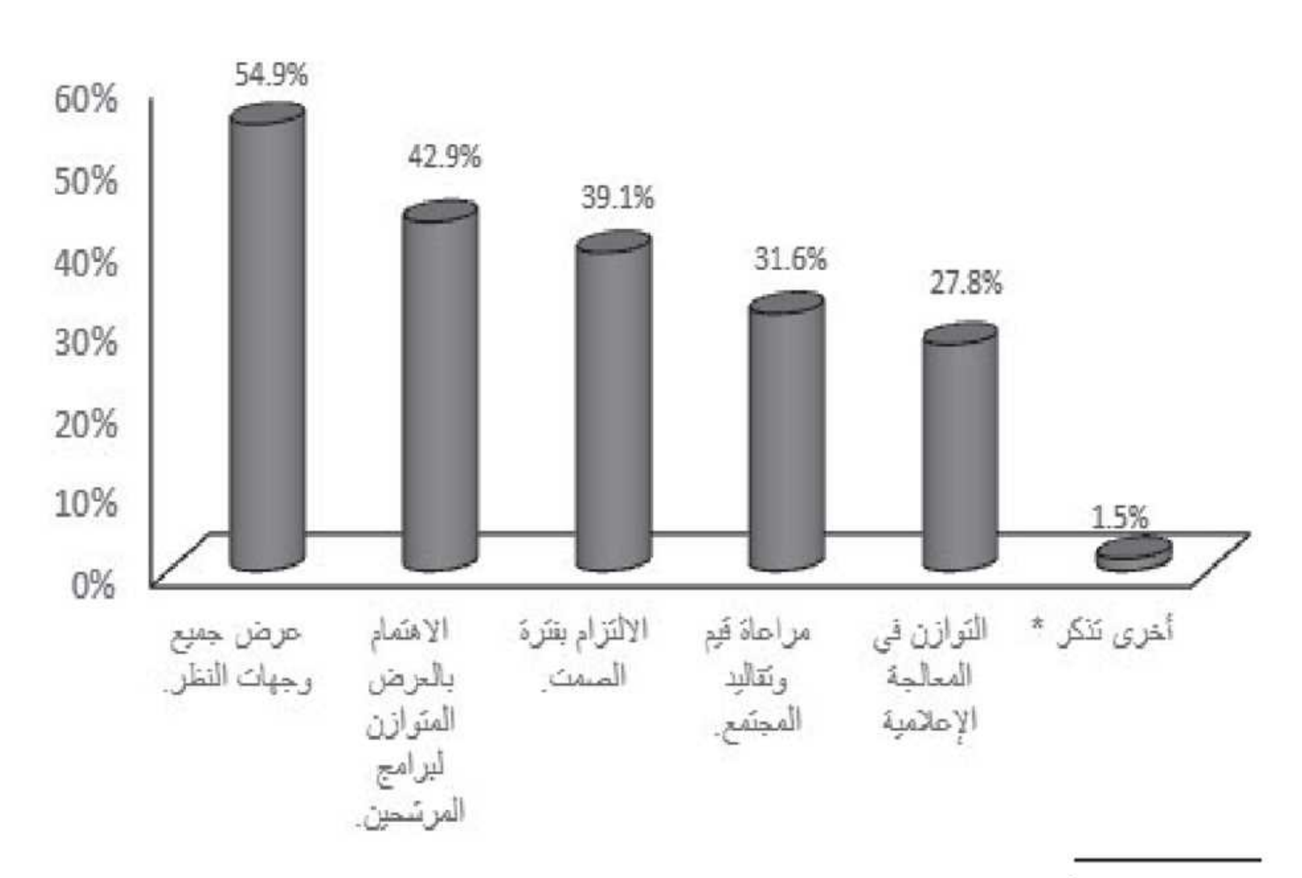
مدى الرضا عن أداء وسائل الإعلام		صحف				راديو			تليفزيون			إعلام إلكتروني		
		حكومي	حزبي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي
راض جدًا	ك	١	٠	٠	١	٤	١	٥	٢	٠	٢	١	٠	١
	٪	٤,٢	٠,٠	٠,٠	١,٥	١٦	٦,٣	١٢,٢	٨	٠	٣,٧	١٤,٣	٠	٥,٣
راض إلى حد كبير	ك	٦	٠	٣	٩	٦	٢	٨	٥	٩	١٤	١	١	٢
	٪	٢٥	٠	١١,١	١٣,٦	٢٤	١٢,٥	١٩,٥	٢٠	٣١,٠	٢٥,٩	١٤,٣	٨,٣	١٠,٥
راض إلى حد متوسط	ك	١٠	٥	٩	٢٤	٩	٧	١٦	٧	١١	١٨	٣	٤	٧
	٪	٤١,٧	٣٣,٣	٣٣,٣	٣٦,٤	٣٦	٤٣,٨	٣٩,٠	٢٨	٣٧,٩	٣٣,٣	٤٢,٩	٣٣,٣	٣٦,٨
راض إلى حد قليل	ك	٤	٤	٦	١٤	٢	١	٣	٣	٢	٥	١	٣	٤
	٪	١٦,٧	٢٦,٧	٢٢,٢	٢١,٢	٨	٦,٣	٧,٣	١٢	٦,٩	٩,٣	١٤,٣	٢٥	٢١,١
غير راض على الإطلاق	ك	٣	٦	٩	١٨	٤	٥	٩	٨	٧	١٥	١	٤	٥
	٪	١٢,٥	٤٠	٣٣,٣	٢٧,٣	١٦	٣١,٣	٢٢,٠	٣٢	٢٤,١	٢٧,٨	١٤,٣	٣٣,٣	٢٦,٣
	ك	٢٤	١٥	٢٧	٦٦	٢٥	١٦	٤١	٢٥	٢٩	٥٤	٧	١٢	١٩
	٪	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

٢- أسباب رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة:

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ١٣٣ مبحوثًا من عينة الدراسة راضون بشكل عام عن أداء وسائل الإعلام، وكان من أهم أسباب رضائهم عن أداء وسائل الإعلام «عرض جميع وجهات النظر»، يليه «الاهتمام بالعرض المتوازن لبرامج المرشحين»، و«الالتزام بفترة الصمت الانتخابي»[١]، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم١١)

أسباب رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام لانتخابات السابقة[٢] *



١- فترة الصمت أو التفكر: من حيث الالتزام باحترام حق الناخبين في التفكر، وتشمل هذه الفترة: ما بين الإعلان عن فتح باب الترشيح وحتى تاريخ بدء الحملة الانتخابية، قبل يوم الاقتراع بعدد من الأيام تحددها قوانين كل دولة بالإضافة إلى يوم الاقتراع ذاته. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، مرجع سابق، ص ٩٤.

*- أخرى تذكر لأسباب رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة: رفض ذكر أسباب لرضائهم عن الأداء الإعلامي في الانتخابات.

٣- أسباب عدم رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل للانتخابات السابقة.

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ٤٧ مبحوثًا من عينة الدراسة غير راضين على الإطلاق عن أداء وسائل الإعلام، وكان من أهم أسباب عدم رضائهم عن أداء وسائل الإعلام: «التركيز على جانب وإغفال جوانب أخرى»، يليه «سطحية المعالجة الإعلامية»، وأنها «تهتم بتقديم المواد المثيرة»، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٢)

أسباب عدم رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة[١]*



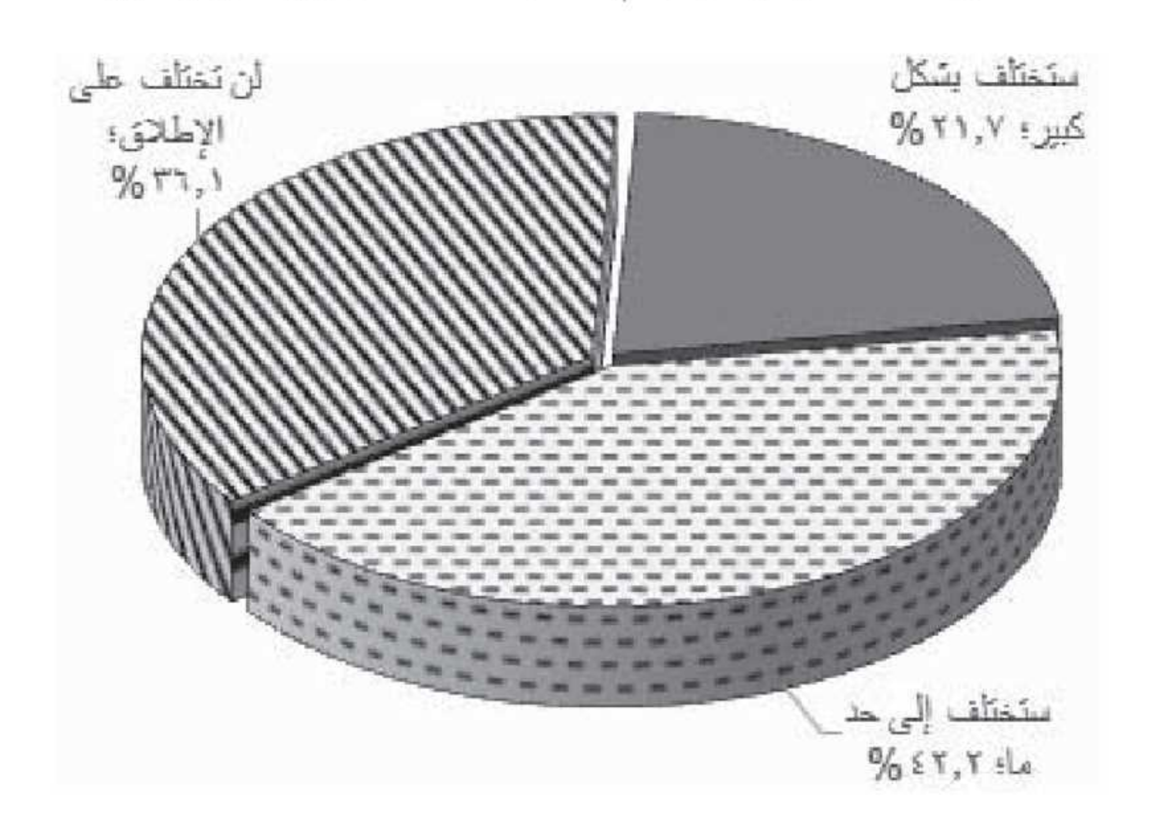
* - أخرى تذكر لأسباب عدم رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة: يرى أربعة من المبحوثين عدم حيادتيها من خلال دعم مرشح بعينه أو تصوير أحد الجانبين كشيطان، ويرى مبحوث واحد فقط أنه من أسباب عدم رضائه عن التغطية الإعلامية للانتخابات السابقة: غياب المهنية والموضوعية.

٤- مدى اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين:

تبين من الدراسة الميدانية أن ٢١,٧٪ من الإعلاميين يتوقعون اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة بشكل كبير (٣٩ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، و٤٢,٢٪ من الإعلاميين يتوقعون اختلافها إلى حد ما (٧٦ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، بينما يتوقع ٣٦,١٪ من الإعلاميين أنها لن تختلف على الإطلاق (٦٥ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٣)

مدى اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين



وبالكشف عن العلاقة بين نوع الوسيلة ومدى توقع الإعلاميين لحدوث اختلافات في تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة تبين أن قيمة كا٢[1] دالة إحصائيًا، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين في الراديو (٣٩٪) هم الأكثر توقعًا باختلاف التغطية بشكل كبير، بينما يتوقع العاملون في الصحف (٥٠٪) والتليفزيون (٤٦,٣٪) أن التغطية ستختلف إلى حد ما، إلا أنه لم يتبين أي تأثير لنمط الملكية على توقع الإعلاميين لمدى اختلاف التغطية الإعلامية للانتخابات القادمة، حيث كانت قيمة كا٢[2] غير دالة إحصائيًا.

٥- أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين:

فيما يتعلق بأسباب توقع الإعلاميين اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، تبين أن «عدم الاستقرار والاستقطاب السياسي الحاد الذي يشهده المجتمع المصري» جاء في المرتبة الأولى (٣٧,٤٪) بالنسبة للأسباب التي يتوقع بسببها اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، يليه في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٩٪ زيادة الوعي المجتمعي نتيجة لمرور المجتمع المصري بعدد من الاستحقاقات الانتخابية المتتالية، ثم في المرتبة الثالثة جاء «التزام وسائل الإعلام بالمعايير المهنية» بنسبة ١٤,٨٪، من أسباب توقع الإعلاميين لاختلاف التغطية الإعلامية في الانتخابات القادمة أيضًا: شدة المنافسة بين القنوات، وذلك بنسبة ١٠,٤٪، كما تبين أن ٣٤ مبحوثًا لم يحددوا أسباب هذا الاختلاف، وبيانات الجدول التالي توضح أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة.

١- كا٢ = ١٤,١١٨، د.ح= ٦، ر= ٠,٢٧، الدلالة الإحصائية= ٠,٠٢٨.

٢- كا٢ = ٦,٦٧٤، د.ح= ٤، ر= ٠,١٨٩، الدلالة الإحصائية= ٠,١٥٤.

(جدول رقم ١٠)

أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام

أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة	ك	٪
عدم الاستقرار والاستقطاب السياسي	٤٣	٣٧,٤
زيادة الوعي المجتمعي	٢٤	٢٠,٩
الالتزام بالمعايير المهنية	١٧	١٤,٨
شدة المنافسة بين وسائل الإعلام	١٢	١٠,٤
القدرات المادية والبشرية لوسائل الإعلام	٣	٢,٦
وجود رئيس قوي	٣	٢,٦
تغير النظام الانتخابي	١	٠,٩
لم يحدد سبب	٣٤	٢٩,٦
الإجمالي	١١٥	

٦-أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين:

فيما يتعلق بأسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، تبين من إجابات المبحوثين أنه جاء في المرتبة الأولى توقع استمرار تحيز الإعلاميين لأحد المرشحين (٢٦,٢٪)، يليه بفارق بسيط في المرتبة الثانية «اتباع وسائل الإعلام لنفس الطرق التقليدية» (٢٠٪)، وجاء في المرتبة الثالثة «إرضاء السلطة أو الأجهزة الرقابية» (١٨,٥٪)، ثم في المرتبة الرابعة «استمرار نفس القيادات الإعلامية» (١٥,٤٪)، وتوضح بيانات الجدول التالي أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة.

(جدول رقم ١١)

أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام

أسباب عدم اختلاف التغطية	ك	٪
التحيز	١٧	٢٦,٢
إتباع نفس الطرق التقليدية في التغطية	١٣	٢٠,٠
إرضاء السلطة / الرقابة	١٢	١٨,٥
استمرار نفس القيادات الإعلامية	١٠	١٥,٤
ثبات السياسة التحريرية	٩	١٣,٨
إعلاء المصلحة الشخصية للوسيلة	٦	٩,٢
السعي للإثارة	٤	٦,٢
تدخل رأس المال	٣	٤,٦
تأثر وسائل الإعلام بالإعلان	٢	٣,١
عدم تفعيل ميثاق الشرف	٢	٣,١
صعوبة تدفق المعلومات	٢	٣,١
عدم وجود إعلام واعي	١	١,٥
لم يحدد سبب	١٩	٢٩,٢
جملة من سئلوا	٦٥	

المحور الرابع: موقف الإعلاميين من آليات ضبط الأداء المهني:

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي[١]، وأسباب ضعف الالتزام بهذه المواثيق، بالإضافة إلى موقف الإعلاميين من وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، وتوقعهم لمدى اتفاق وسائل الإعلام على هذه المدونة.

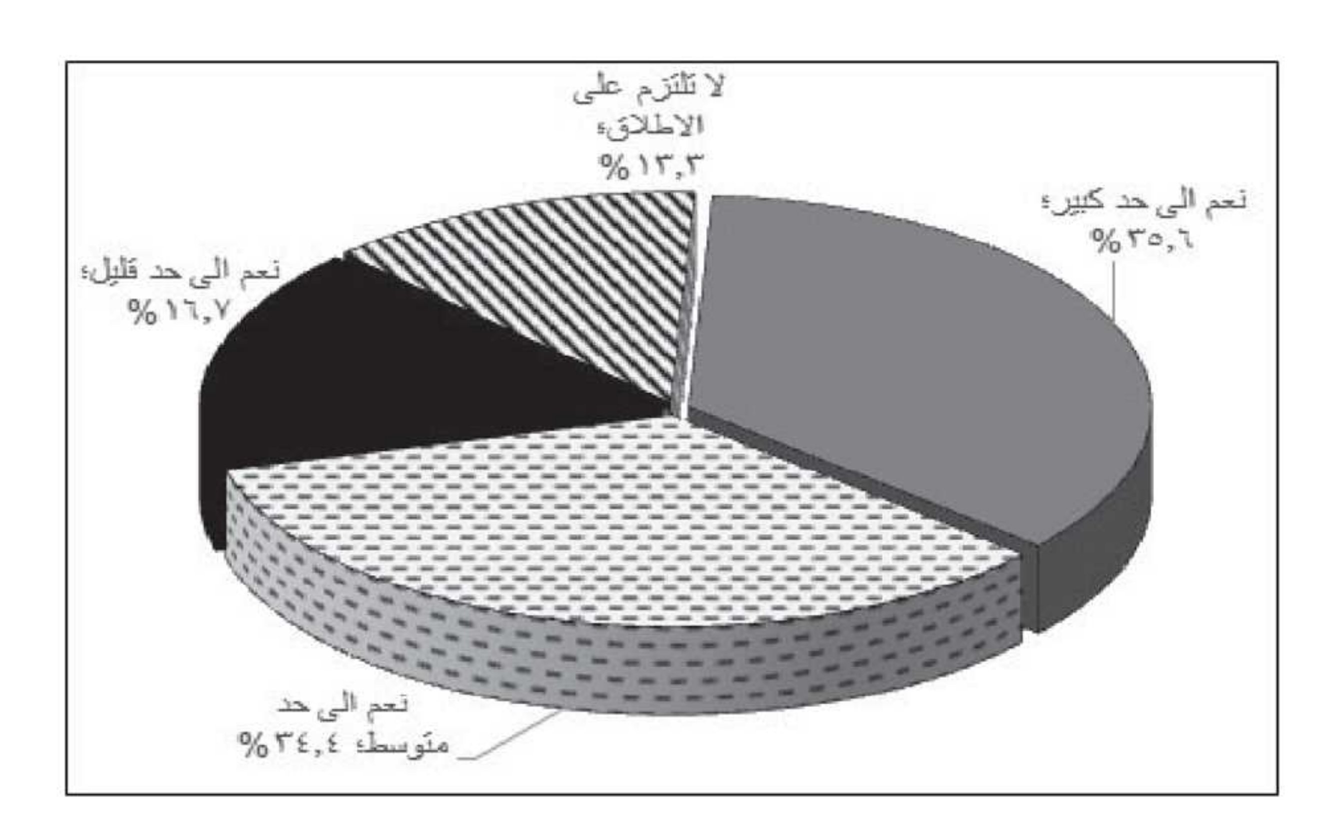
١- رغم أهمية مواثيق الشرف التي تضعها نقابات الصحفيين وجمعياتهم بل والصحف ووسائل الإعلام نفسها، إلا أنه يؤخذ عليها أنها تطمح إلى معايير مثالية من خلال تحديد بعض السلوكيات الأخلاقية التي يجب الالتزام الطوعي بها من جانب الإعلاميين في أدائهم المهني. كما أن تأثيرها يظل محدودًا لأن الصحفي أو الصحيفة التي لا تلتزم بها لا تتعرض إلى أي نوع من العقاب». في: حسني محمد نصر. قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة- العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠م، ص ٢٩٣.

١-مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية:

تبين من الدراسة الميدانية أن الإعلاميين عينة الدراسة يرون أن التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي بشكل عام متوسط (م= ٢,٩٢، وزن نسبي= ٧٣٪) وارتفاع هذه النسبة قد يرجع إلى أن الإعلاميين يتحدثون عن أنفسهم فأغلبهم يؤكد على أن الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها تحرص على الالتزام بمواثيق الشرف، حيث يرى ٣٥,٦٪ من المبحوثين أن وسائل الإعلام تلتزم بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية إلى حد كبير (٦٤ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، ويرى ٣٤,٤٪ من المبحوثين أن وسائل الإعلام تلتزم إلى حد متوسط بهذه المواثيق (٦٢ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، بينما يرى ٢٤ مبحوثًا فحسب أن وسائل الإعلام لا تلتزم على الإطلاق بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٤)

مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة



وقـد كشـف اختبـار كا^{٢}[١] عـن وجـود علاقـة إيجابيـة ضعيفـة بـين نـوع الوسـيلة الإعلاميـة ومـدى التزامهـا بمواثيـق الـشرف الصحفيـة الإعلاميـة مـن وجهـة نظـر الإعلاميـين، حيـث تبـين أن الإعلاميـين العاملـين في وسـائل الإعـلام الإلكترونيـة هـم الأقـل اعتقـادًا بـأن وسـائل الإعـلام التـي يعملـون بهـا تلتـزم بمواثيـق الـشرف الصحفـي والإعلامـي، يليهـم الإعلاميـون العاملـون في القنـوات التليفزيونيـة، بينـما كان العاملـون في الراديـو هـم الأكـثر اعتقـادًا بـأن الراديـو هـو الأكـثر التزامًـا بمواثيـق الـشرف الصحفـي والإعلامـي، يليهـم العاملـون بالصحـف، وهـو مـا توضحـه بيانـات الجـدول رقـم ١٢. كـما تبـين مـن اختبـار كا^{٢}[٢] وجـود علاقـة إيجابيـة ضعيفـة بـين نمـط ملكيـة الوسيلة ومـدى التزامهـا بمواثيـق الـشرف الصحفيـة والإعلاميـين مـن وجهـة نظـر الإعلاميـين، حيـث تبـين أن العاملـين بوسـائل الإعـلام الحكوميـة هـم الأكـثر اعتقـادًا بـأن وسـائل الإعـلام التـي يعملـون بهـا هـي الأكـثر التزامًـا بمواثيـق الـشرف الصحفـي والإعلامـي كـما توضـح بيانـات الجـدول التـالي.

١- كا٢ = ٢٢,٦٤، د.ح= ٩، ر= ٠,٣٣٤، الدلالة الإحصائية= ٠,٠٠٧.

٢- كا٢ = ١٥,٠٤، د.ح= ٦، ر= ٠,٢٧٨، الدلالة الإحصائية= ٠,٠٢.

(جدول رقم١٢)

مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف من وجهة نظر الإعلاميين حسب نوع ونمط ملكية الوسيلة التي يعملون بها

مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف		الصحف				الراديو			التليفزيون			الإعلام الالكتروني		
		حكومي	حزبي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي	حكومي	خاص	الإجمالي
نعم إلى حد كبير	ك	٧	١	١٧	٢٥	١٨	٦	٢٤	١١	١	١٢	٢	١	٣
	٪	٢٩,٢	٦,٧	٦٣,٠	٣٧,٩	٧٢	٣٧,٥	٥٨,٥	٤٤	٣,٤	٢٢,٢	٢٨,٦	٨,٣	١٥,٨
نعم إلى حد متوسط	ك	١٠	١٠	٧	٢٧	٢	٣	٥	٨	١٤	٢٢	١	٧	٨
	٪	٤١,٧	٦٦,٧	٢٥,٩	٤٠,٩	٨	١٨,٨	١٢,٢	٣٢	٤٨,٣	٤٠,٧	١٤,٣	٥٨,٣	٤٢,١
نعم إلى حد قليل	ك	٣	٣	١	٧	٤	٣	٧	٣	٩	١٢	١	٣	٤
	٪	١٢,٥	٢٠	٣,٧	١٠,٦	١٦	١٨,٨	١٧,١	١٢	٣١,٠	٢٢,٢	١٤,٣	٢٥	٢١,١
لا تلتزم على الاطلاق	ك	٤	١	٢	٧	١	٤	٥	٣	٥	٨	٣	١	٤
	٪	١٦,٧	٦,٧	٧,٤	١٠,٦	٤	٢٥	١٢,٢	١٢	١٧,٢	١٤,٨	٤٢,٩	٨,٣	٢١,١
الإجمالي	ك	٢٤	١٥	٢٧	٦٦	٢٥	١٦	٤١	٢٥	٢٩	٥٤	٧	١٢	١٩
	٪	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

٢- أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي:

تبين من الدراسة الميدانية أن حوالي ٤٣,٩٪ من المبحوثين يرون أن كلًا من «عدم الوعي ببنود الميثاق» و «ضعف المهنية» من أسباب ضعف التزام الإعلاميين ووسائل الإعلام ببنود ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي، وفي المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٨٪ «الرغبة في تحقيق الشهرة والانتشار والربح المادي»، ثم أخيرًا بنسبة ٢٣,٣٪ يأتي «ضعف الثقافة القانونية»، كما لوحظ من النتائج أن ٢٣ مبحوثًا رفضوا تحديد أسباب ضعف الالتزام بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٥)

أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي



٣-موقف الإعلاميين من وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي:

هدفت الدراسة الميدانية إلى التعرف على مدى موافقة الإعلاميين على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي خلال تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى مدى إمكانية اتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود هذه المدونة من وجهة نظرهم. وقد تبين من الدراسة الميدانية أن ٨٥,٦٪ من المبحوثين (١٥٤ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا) يوافقون على ضرورة وجود هذه المدونة بينما يرى ٢٦ إعلاميًا فقط عدم وجود ضرورة لمثل هذه المدونة.

وحول أسباب ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء أثناء الانتخابات تبين أنه جاء في المرتبة الأولى «لضبط الأداء الإعلامي» (٧٢,٥٪)، يليه بفارق نسبي كبير «وضع قواعد لإلزام الإعلاميين بها» (٢٧,٩٪)، وبنسب منخفضة كل من الارتقاء بالمهنة، ومراقبة الأداء الإعلامي، كما تبين أن هناك ٣٦ إعلاميًا لم يحددوا أسباب موافقتهم على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، كما يتضح من بيانات الجدول التالي:

(جدول رقم ١٣)

أسباب موافقة الإعلاميين على وجود مدونة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

أسباب الموافقة	ك	٪
ضبط الأداء الإعلامي	١١٢	٧٢,٧
وضع قواعد لإلزام الإعلاميين بها	٤٣	٢٧,٩
الارتقاء بالمهنة	١١	٧,١
مراقبة الأداء الإعلامي	٣	١,٩
تفعيل الميثاق	٢	١,٣
لم يحدد سبب	٣٦	٢٣,٤
جملة من سئلوا	١٥٤	

بينما كان من أسباب عدم موافقة الإعلاميين على ضرورة وجود هذه المدونة في المرتبة الأولى أنه «لن يلتزم بها أحد»، ثم في المرتبة الثانية رؤية بعض الإعلاميين أن «الأخلاقيات لا تحتاج إلى مدونة»، كذلك لعدم وجود آليات عقابية في أي ميثاق أو مدونة أخلاقية، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي:

(جدول رقم ١٤)

أسباب عدم موافقة الإعلاميين على وجود مدونة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

أسباب عدم الموافقة	ك	٪
لن يلتزم بها أحد	٩	٣٤,٦
الأخلاقيات لا تحتاج لمدونة	٤	١٥,٤
عدم وجود آليات عقابية	٢	٧,٧
حتى لا تحدث كبت للحريات	١	٣,٨
لا ضرورة لها	١	٣,٨
ضرورة الاهتمام بالدراسة للإعلاميين	١	٣,٨
لم يحدد سبب	١٤	٥٣,٨
جملة من سئلوا	٢٦	

٤-توقع الإعلاميين من وجود اتفاق بين وسائل الإعلام على وجود مدونة لضبط الأداء الإعلامي:

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن حوالي نصف المبحوثين (١٠٠ مبحوث من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا، بنسبة ٥٥,٦٪) يعتقدون أنه سيكون هناك اتفاق بين وسائل الإعلام على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، وقد كشف اختبار كا٢[١] عن وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين نوع الوسيلة الإعلامية وتوقع الإعلاميين اتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود هذه المدونة، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بالصحف هم الأكثر توقعًا باتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود هذه المدونة بينما كان الإعلاميون العاملون بالإعلام الإلكتروني هم الأقل توقعًا أن يحدث هذا الاتفاق بين وسائل

١- كا٢ = ١٠,٠١، د.ح= ٣، ر= ٠,٢٣، الدلالة الإحصائية= ٠,٠١٨.

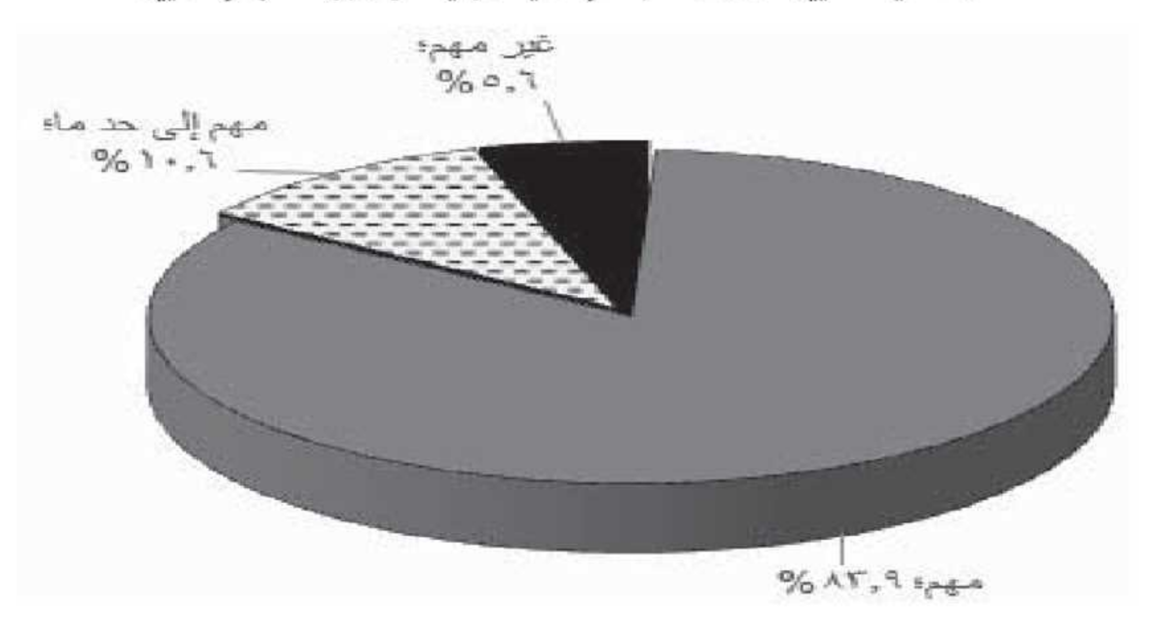
الإعـلام عـلى ضرورة وجـود مدونـة أخلاقيـة ومهنيـة لضبـط الأداء أثنـاء الانتخابـات، بينـما كشـف اختبـار كا٢[(١)] عـن عـدم وجـود علاقـة بـين نمـط ملكيـة الوسـيلة وتوقـع الإعلاميـين اتفـاق وسـائل الإعـلام عـلى ضرورة وجـود مدونـة لضبـط الأداء المهنـي والأخلاقـي أثنـاء الانتخابـات.

المحور الخامس: معايير ضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر:

هدفـت الدراسـة الميدانيـة إلى وضـع مجموعـة مـن المعايـير لضـمان معالجـة إعلاميـة مهنيـة لتغطية الانتخابـات في مـصر[(٢)] وقيـاس مـدى أهميتهـا عـن الإعلاميـين، حيـث تبـين مـن نتائـج الدراسـة الميدانيـة أن الاتجـاه العـام بـين الإعلاميـين هـو الموافقـة عـلى أهميـة هـذه البنـود (م= ٢,٧٨، وزن نسـبي= ٩٢,٧٪)، وهـو مـا توضحـه بيانـات الشـكل التـالي:

(شكل رقم ١٦)

مدى أهمية معايير ضمان المعالجة الإعلامية المهنية من وجهة نظر الإعلاميين



وفيـما يـلي توضيـح درجـة أهميـة هـذه المعايـير مـن وجهـة نظـر الإعلاميـين حسـب البنـود المختلفة لمدونـة السـلوك المحتملـة لضبـط الأداء الإعلامـي أثنـاء الانتخابات.

١- كا٢ = ٠,٨٢٣، د.ح= ٢، ر= ٠,٠٦٧، الدلالة الإحصائية= ٠,٦٦٣.

٢- اعتمـد الباحثـان في تعريـف تلـك المعايـير والقيـم الإعلاميـة عـلى: هويـدا مصطفـى وآخـرون، الإعلاميـون والانتخابـات: مدونـة مهنيـة وأخلاقيـة، الطبعـة الثانيـة، القاهـرة: مؤسسـة الأهـرام بالتعـاون مـع مؤسسـة فريدريـش ناومـان مـن أجـل الحريـة، ٢٠١١م، ص ص٥٣- ١١٣.

(جدول رقم ١٥)

درجة أهمية معايير ضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

معايير ضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات	مهم		مهم إلى حد ما		غير مهم		متوسط حسابي	وزن نسبي	ترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
١. تجنب التعميم وتحري الدقة والصدق في المعلومات المنشورة.	١٥٦	٨٦,٧	١٥	٨,٣	٩	٠,٥	٢,٨٢	٪٩٣,٩	٣
٢. عدم اجتزاء التصريحات أو تعديلها أو عزلها عن السياق الذي قيلت فيه.	١٤٣	٧٩,٤	٢٤	١٣,٣	١٣	٧,٢	٢,٧٢	٪٩٠,٧	٧
٣. الاهتمام بعرض وتقديم جميع وجهات النظر.	١٥٩	٨٨,٣	١١	٦,١	١٠	٥,٦	٢,٨٣	٪٩٤,٣	٢
٤. عدم الخلط بين الخبر والموقف السياسي.	١٥٠	٨٣,٣	١٦	٨,٩	١٤	٧,٨	٢,٧٦	٪٩١,٩	٥
٥. احترام خصوصية المرشحين للانتخابات.	١٢٠	٦٦,٧	٣٨	٢١,١	٢٢	١٢,٢	٢,٥٤	٪٨٤,٨	١٤
٦. تجنب عناوين الإثارة الإعلامية التي من شأنها إثارة القلق والتوتر بين المواطنين.	١٣١	٧٢,٨	٣٢	١٧,٨	١٧	٩,٤	٢,٦٣	٪٨٧,٨	١١
٧. الالتزام بالصدق والموضوعية في تناول الموضوعات ذات الطبيعة الجدالية والخلافية.	١٥٨	٨٧,٨	١٤	٧,٨	٨	٤,٤	٢,٨٣	٪٩٤,٤	١
٨. اختيار مصادر مناسبة للموضوعات التي يتم تناولها.	١٤٦	٨١,١	٢٠	١١,١	١٤	٧,٨	٢,٧٣	٪٩١,١	٦
٩. تجنب إضفاء صفة أو مهنة مغايرة للواقع على أحد المصادر، التزاماً بذكر المعلومات الصحيحة ومنعاً لتضليل القارئ.	١٣٧	٧٦,١	٢١	١١,٧	٢٢	١٢,٢	٢,٦٤	٪٨٨,٠	١٠
٠١. عدم نشر الأخبار مجهولة المصدر.	١٣٢	٧٣,٣	٣٢	١٧,٨	١٦	٨,٩	٢,٦٤	٪٨٨,١	٩
١١. عدم التسرع في نشر نتائج الانتخابات.	١١٩	٦٦,١	٤٣	٢٣,٩	١٨	١٠,٠	٢,٥٦	٪٨٥,٤	١٢
١٢. مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث التوازن في نشر صور المرشحين وإبراز أسمائهم	١٤٤	٨٠,٠	٢٢	١٢,٢	١٤	٧,٨	٢,٧٢	٪٩٠,٧	٨
٣١. مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث مراعاة أخلاقيات نشر صور ضحايا الانتهاكات والعنف أثناء العملية الانتخابية.	١١٩	٦٦,١	٤١	٢٢,٨	٢٠	١١,١	٢,٥٥	٪٨٥,٠	١٣
٤١. مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطية الانتخابات.	١٥٥	٨٦,١	١٠	٥,٦	١٥	٨,٣	٢,٧٨	٪٩٢,٦	٤

يتبين من نتائج الجدول السابق أن معايير ضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات تتمثل فيما يلي:

١. التوازن: بمعنى عرض جميع الأبعاد والرؤى والتفسيرات لحقائق الحدث أو القضية وإن تعارضت مع آراء الصحفي أو الإعلامي، والذي جاء في المرتبة الأولى (وزن نسبي ٩٢,٨٪)، حيث اتفق الإعلاميون على أهمية كل من: «الالتزام بالصدق والموضوعية في تناول الموضوعات ذات الطبيعة الجدالية والخلافية» (وزن نسبي ٩٤,٤٪)، و «الاهتمام بعرض وتقديم جميع وجهات النظر» (وزن نسبي ٩٤,٣٪).

٢. حماية وسائل الإعلام: باتخاذ التدابير اللازمة لحماية وسائل الإعلام لتأدية دورها من خلال توفير المناخ المناسب لها دون ضغط أو حصار أو هجوم من فئات وجماعات مصالح أو أحزاب، حيث وافق الإعلاميون على أهمية «مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطية الانتخابات» بوزن نسبي ٩٢,٦٪.

٣. مراعاة الدقة: أي نشر معلومات صحيحة، مما يتطلب التحري الدقيق لجميع المعلومات الواردة بالموضوع، وقد جاء هذا المعيار في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩١,٥٪، حيث وافق الإعلاميون على كل من: «تجنب التعميم وتحري الدقة والصدق في المعلومات المنشورة» (وزن نسبي ٩٣,٩٪)، ثم «تجنب إضفاء صفة أو مهنة مغايرة للواقع على أحد المصادر التزاماً بذكر المعلومات الصحيحة ومنعاً لتضليل القارئ» (وزن نسبي ٨٨٪)، وبوزن نسبي أقل «عدم التسرع في نشر نتائج الانتخابات» (وزن نسبي ٨٥,٤٪).

٤. عدم التجهيل: بمعنى ذكر مصدر الخبر أو الشخص المعني به، حيث يعني التجهيل: عدم ذكر اسم مصدر الخبر، وكذلك عدم ذكر الشخص المعني بالخبر أو الإشارة إليه بكلمات أو بحروف يمكن تعميمها على أكثر من شخص وعلى نحو يسيء إليهم، حيث وافق الإعلاميون على أهمية «عدم نشر الأخبار مجهولة المصدر» (وزن نسبي ٨٨,١٪).

٥. أخلاقيات التعامل مع المصادر: فالتغطية من أماكن الحدث لوصفه وتحليله ومعايشته، وطرح أسئلة متميزة على المصادر تعطي لوسيلة الإعلام المصداقية والتنافس، واحترام حقوق المصدر، جاءت في مرتبة متأخرة نوعًا ما بوزن نسبي ٨٨٪، حيث اتفق الإعلاميون على أهمية كل من: «اختيار مصادر مناسبة للموضوعات التي يتم تناولها» (وزن نسبي ٩١,١٪)، وبفارق طفيف في الوزن النسبي جاء «عدم اجتزاء التصريحات أو تعديلها أو عزلها عن السياق الذي قيلت فيه» (وزن نسبي ٩٠,٧٪).

٦. عدم التحيز: وهو عدم خلط الخبر بالرأي لمصلحة طرف ما، وكذلك عدم تحريف الخبر بالحذف أو الإضافة لمصلحة أي طرف، وقد جاءت في المرتبة السادسة بوزن نسبي ٨٦,٩٪، حيث وافق الإعلاميون على: «عدم الخلط بين الخبر والموقف السياسي» (وزن نسبي ٩١,٩٪)، و«تجنب عناوين الإثارة الإعلامية التي من شأنها إثارة القلق والتوتر بين المواطنين» (وزن نسبي ٨٧,٨٪).

٧. احترام حق الخصوصية: بمعنى عدم اختراق خصوصية المواطنين أو المسئولين أو المشاهير، إلا إذا كان التناول وثيق الصلة بأعمالهم ومستهدفًا المصلحة العامة، حيث وافق الإعلاميون على ضرورة «احترام خصوصية المرشحين للانتخابات» بوزن نسبي منخفض نوعًا ما (وزن نسبي ٨٤,٨٪).

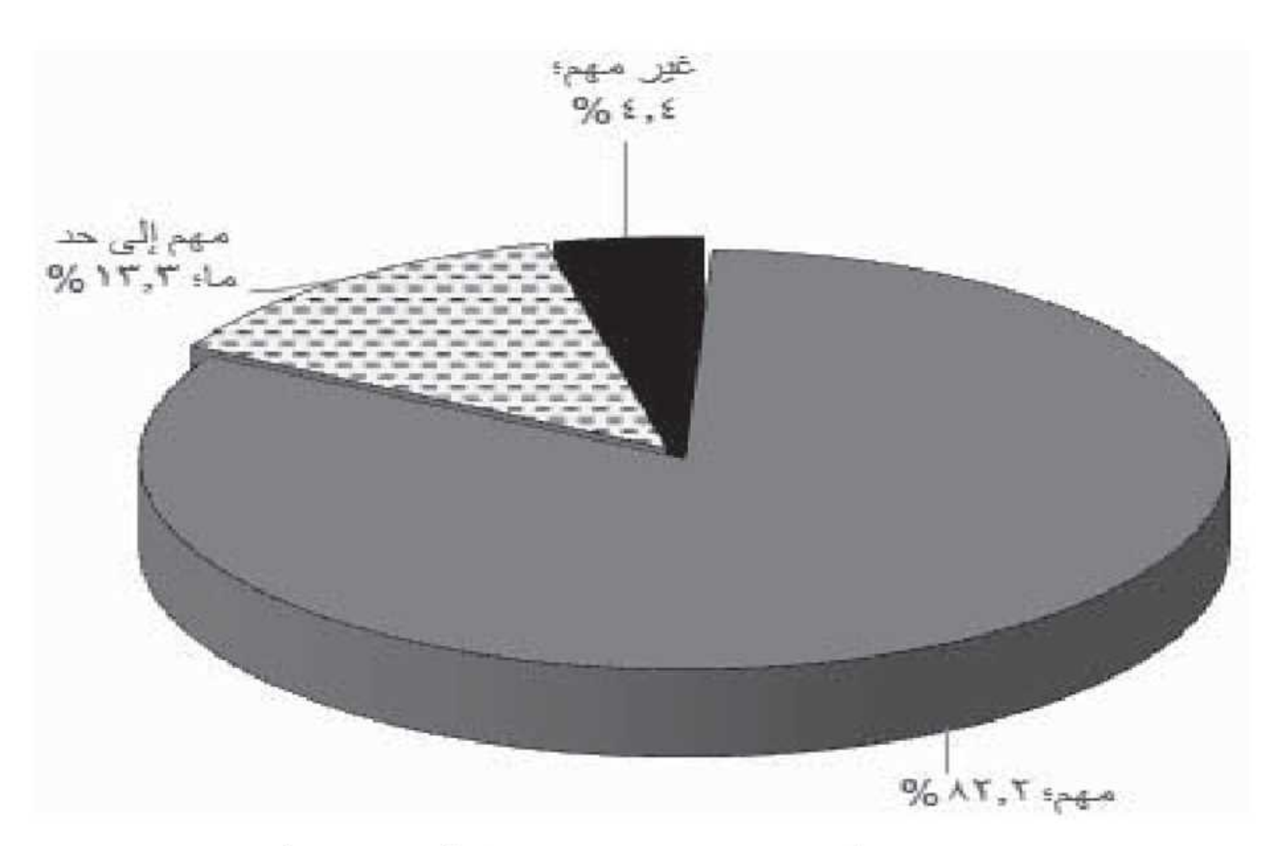
٨. أخلاقيات نشر الصورة: من حيث الالتزام بالدقة والنزاهة والتوازن واحترام حق الخصوصية وغيرها من المبادئ، جاءت في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي ٨٣,٩٪، حيث وافق الإعلاميون على كل من: «مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث التوازن في نشر صور المرشحين وإبراز أسمائهم» (وزن نسبي ٩٠,٧٪)، يليها ضرورة «مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث مراعاة أخلاقيات نشر صور ضحايا الانتهاكات والعنف أثناء العملية الانتخابية» (وزن نسبي ٨٥٪).

المحور السادس: الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر:

هدفت الدراسة الميدانية إلى وضع مجموعة من الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر، وقياس مدى موافقة الإعلاميين عليها، حيث تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية هذه البنود (م= ٢,٧٨، وزن نسبي= ٩٢,٧٪)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٧)

مدى أهمية الحلول المقترحة لضمان الالتزام بمعالجة إعلامية مهنية من وجهة نظر الإعلاميين



وفيما يلي توضيح درجة أهمية الحلول المقترحة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات من وجهة نظر الإعلاميين.

(جدول رقم ١٦)

درجة أهمية الحلول المقترحة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

الحلول المقترحة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات	مهم		مهم إلى حد ما		غير مهم		متوسط حسابي	وزن نسبي	ترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
١. إصدار مدونة مهنية وأخلاقية للعاملين في مجال تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات	١٥٤	٨٥,٦	١٠	٥,٦	١٦	٨,٩	٢,٧٧	٪٩٢,٢	٣
٢. تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي.	١٥٥	٨٦,١	١٦	٨,٩	٩	٥,٠	٢,٨١	٪٩٣,٧	١
٣. تفعيل التقارير الدورية من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن.	١٢٧	٧٠,٦	٣٣	١٨,٣	٢٠	١١,١	٢,٥٩	٨٦,٥	٩
٤. تطوير البنود الموجودة فعلاً في ميثاق الشرف الصحفي.	١٤١	٧٨,٣	٢١	١١,٧	١٨	١٠,٠	٢,٦٨	٪٩٨,٤	٧
٥. الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة.	١٥٣	٨٥,٠	١٥	٨,٣	١٢	٦,٧	٢,٧٨	٪٩٢,٨	٢
٦. إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين.	١٤٤	٨٠,٠	٢٢	١٢,٢	١٤	٧,٨	٢,٧٢	٪٩٠,٧	٦
٧. استحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات.	١٢٩	٧١,٧	٣٤	١٨,٩	١٧	٩,٤	٢,٦٢	٪٨٧,٤	٨
٨. تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين على كيفية تغطية الانتخابات.	١٥١	٨٣,٩	١٦	٨,٩	١٣	٧,٢	٢,٧٧	٪٩٢,٢	٣
٩. تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطيته الإعلامية للانتخابات	١٥٢	٨٤,٤	١٣	٧,٢	١٥	٨,٣	٢,٧٦	٪٩٢,٠	٥

تبين من الدراسة الميدانية أن الحلول المتعلقة بتطوير أداء الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩١,١٪، حيث طالب الإعلاميون بضرورة «تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين على كيفية تغطية الانتخابات» (وزن نسبي ٩٢,٢٪)، و «تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطيته الإعلامية للانتخابات» (وزن نسبي ٩٢٪).

وبفارق طفيف جاءت في المرتبة الثانية الحلول القانونية/ التشريعية بوزن نسبي ٩٠,٦٪، حيث وافق الإعلاميون على «تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي» (وزن نسبي ٩٣,٧٪)، و «الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة» (وزن نسبي ٩٢,٨٪)، و «إصدار مدونة مهنية وأخلاقية للعاملين في مجال تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات» (وزن نسبي ٩٢,٢٪)، و «تطوير البنود الموجودة فعلًا في ميثاق الشرف الصحفي» (وزن نسبي ٨٩,٤٪).

وفي المرتبة الثالثة بوزن نسبي منخفض إلى حد ما جاءت موافقة الإعلاميين على الحلول الرقابية (وزن نسبي ٨٨,١٪)، حيث وافق الإعلاميون على ضرورة «إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين» (وزن نسبي ٩٠,٧٪)، و «استحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات» (وزن نسبي ٨٧,٤٪)، و «تفعيل التقارير الدورية من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن» (وزن نسبي ٨٦,٥٪).

فروض الدراسة:

اهتمت الدراسة الميدانية بصياغة عدد من الفروض الإحصائية للتعرف على مدى تأثير نوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي ونمط ملكيتها على كل من مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية، ومدى موافقتهم على ضرورة وجودة مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، بالإضافة إلى توقع الإعلاميين لمدى اتفاق وسائل الإعلام المختلفة على وجود هذه المدونة، وهو ما توضحه السطور القادمة.

الفـرض الأول: توجـد فـروق دالـة إحصائيًا بـين الإعلاميـين حسـب نمـط ملكيـة الوسـيلة الإعلاميـة ونوعهـا في الاعتقـاد بمـدى التـزام وسـائل الإعـلام بمواثيـق الـشرف الإعلاميـة:

ولاختبار الفرض إحصائيًا سيتم تقسيمه إلى فرضين فرعيين كما يلي:

١- توجـد فـروق دالـة إحصائيًـا بـين الإعلاميـين حسـب نـوع الوسـيلة الإعلاميـة في الاعتقـاد بمـدى التـزام وسـائل الإعـلام بمواثيـق الـشرف الإعلامية:

(جدول رقم ١٧)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف

نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
صحف	٦٦	٣,٠٦	٣,٠٥٦	٠,٠٣
راديو	٤١	٣,١٧		
تليفزيون	٥٤	٢,٧		
إعلام إلكتروني	١٩	٢,٥٣		
الإجمالي	١٨٠	٢,٩		

بتطبيـق اختبـار «أنوفـا» اتضـح وجـود فـروق دالـة إحصائيًـا بـين المبحوثـين حسـب نـوع الوسـيلة الإعلاميـة التـي يعملـون بهـا وفقًـا لتوقعهـم لمـدى التـزام وسـائل الإعـلام بمواثيـق الـشرف الإعلاميـة، حيـث يلاحـظ أن العاملـين بالراديـو والصحـف هـم الأكـثر اعتقـادًا بالتـزام وسـائل الإعـلام بمواثيـق الـشرف الإعلاميـة.

٢- توجـد فـروق دالـة إحصائيًـا بـين الإعلاميـين حسـب نمـط ملكيـة الوسـيلة الإعلاميـة في الاعتقـاد بمـدى التـزام وسـائل الإعـلام بمواثيـق الـشرف الإعلاميـة:

(جدول رقم ١٨)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة في مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف

نمط ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
حكومي	٨١	٣,٠٦	١,٤١١	٠,٢٤٧
حزبي	١٥	٢,٧٣		
خاص	٨٤	٢,٨٢		
الإجمالي	١٨٠	٢,٩		

بتطبيق اختبار «أنوفا» اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها وفقًا لتوقعهم لمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

ولاختبار الفرض إحصائيًا سيتم تقسيمه إلى فرضين فرعيين كما يلي:

١- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة الإعلامية في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

(جدول رقم ١٩)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في مدى موافقة الإعلاميين

على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
صحف	٦٦	١,٨٣	٢,٣٥٦	٠,٠٧٤
راديو	٤١	١,٩٢		
تليفزيون	٥٤	١,٨٩		
إعلام إلكتروني	١٩	١,٦٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيـق اختبـار «أنوفـا»، اتضـح عـدم وجـود فـروق دالـة إحصائيًـا بـين المبحوثـين حسـب نـوع الوسيلة الإعلاميـة التـي يعملـون بهـا ومـدى موافقتهـم عـلى وجـود مدونـة أخلاقيـة ومهنيـة لضبـط الأداء الإعلامـي أثنـاء الانتخابـات.

٢- توجـد فـروق دالـة إحصائيًـا بـين الإعلاميـين حسـب نمـط ملكيـة الوسـيلة الإعلاميـة في مـدى موافقتهـم عـلى وجـود مدونـة أخلاقيـة ومهنيـة لضبـط الأداء الإعلامـي أثنـاء الانتخابـات:

(جدول رقم ٢٠)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة في مدى موافقة الإعلاميين على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نمط ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
حكومي	٨١	١,٨٤	٠,١٥١	٠,٨٦
حزبي	١٥	١,٨٧		
خاص	٨٤	١,٧٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيق اختبار «أنوفا» اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ومدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

ولاختبار الفرض إحصائيًا سيتم تقسيمه إلى فرضين فرعيين كما يلي:

٥- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة الإعلامية في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

(جدول رقم ٢١)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
صحف	٦٦	١,٨٣	٢,٣٥٦	٠,٠٧٤
راديو	٤١	١,٩٢		
تليفزيون	٥٤	١,٨٩		
إعلام إلكتروني	١٩	١,٦٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيق اختبار «أنوفا»، اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين حسب نوع الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ومدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

٢- توجـد فـروق دالـة إحصائيًـا بـين الإعلاميـين حسـب نمط ملكيـة الوسـيلة الإعلاميـة في توقعهـم بإمكانية اتفـاق وسـائل الإعـلام عـلى وجـود مدونـة أخلاقية ومهنيـة لضبـط الأداء الإعلامـي أثنـاء الانتخابات:

(جدول رقم ٢٢)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نمط ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
حكومي	٨١	١,٨٤	٠,١٥١	٠,٨٦
حزبي	١٥	١,٨٧		
خاص	٨٤	١,٧٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيـق اختبـار «أنوفـا»، اتضـح عـدم وجـود فـروق دالـة إحصائيًـا بـين المبحوثـين حسـب نمـط ملكيـة الوسـيلة الإعلاميـة التـي يعملـون بهـا ومـدى موافقتهـم عـلى وجـود مدونـة أخلاقيـة ومهنيـة لضبـط الأداء الإعلامـي أثنـاء الانتخابـات.

خاتمة

نحو مدونة سلوك مهنية

يُمثل موضوع المعالجة الإعلامية للانتخابات واحدًا من أبرز الموضوعات والقضايا المثارة على الساحة السياسية في مصر، وبالأخص خلال مرحلة التحول الديمقراطي التي تمر بها البلاد عقب اندلاع ثورتي ٢٥ يناير ٢٠١١م و٣٠ يونيو ٢٠١٣م، بما كان لهما من دور كبير في تغيير الكثير من مفردات الحياة السياسية وممارساتها العملية، من حيث اختفاء قوى وتيارات سياسية وصعود أخرى والسعي نحو تأكيد دولة المواطنة والقانون.. إلخ.

وإذا كان الإعلاميون -عينة الدراسة- يعترفون بوجود مجموعة من الضغوط والمشكلات التي يتعرضون لها أثناء تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى وجود أخطاء وانتهاكات يقعون فيها أثناء عملية التغطية الإعلامية، عن قصد أو دون قصد، بوعي أو بدون وعي، فإنه من المهم في هذا الإطار وحسب رأي الجماعة الإعلامية العمل على:

- إصدار مدونة سلوك خاصة بمعالجة وتغطية الانتخابات يضعها أعضاء الجماعة الإعلامية أنفسهم، من قبل نقابة الصحفيين، وغيرها من الكيانات الإعلامية، على المستويين المهني والأكاديمي. إضافة إلى: تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي وتطوير البنود الموجودة فعلًا في مواثيق الشرف.

- تنظيم تدريبات ودورات وورش عمل للإعلاميين حول كيفية تغطية الانتخابات وتنمية الوعي بمصطلحاتها وإجراءاتها، بالإضافة إلى التوعية بشروط السلامة المهنية للإعلاميين أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات.

- تفعيل دور لجان الرصد والمتابعة الخاصة بوسائل الإعلام المختلفة أثناء الانتخابات وإصدار تقارير بهذا الشأن، وإعلانها للإعلاميين، وهو ما يستتبع أيضًا تفعيل التقارير الدورية الصادرة من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن.

- تفعيـل القانـون بـأن يكـون الجميـع تحـت مظلتـه عـلى قـدم المسـاواة، ومـن ثـم ضرورة إيجـاد آليـات مناسـبة لمتابعـة تنفيـذ القوانـين، واسـتحداث لجنـة صلاحيـة داخـل النقابـة لضبـط الأداء المهنـي والإعلامـي للإعلاميـين خـلال تغطيـة الانتخابـات.

كل ذلـك مـن أجـل ضـمان معالجـة إعلاميـة مهنيـة ومحايـدة للعمليـة الانتخابيـة بمراحلهـا المختلفـة وإشـكالياتها المتنوعة.

وتجـدر الإشـارة هنـا إلى توصيـات نـدوة «الإعـلام والانتخابـات البرلمانيـة: نحـو تغطيـة إعلاميـة مهنيـة»، والتـي نظمهـا المعهـد الـدولي العـالي للإعـلام بمدينـة الـشروق بالتعـاون مـع لجنـة الإعـلام بالمجلـس الأعـلى للثقافـة في يـوم الاثنـين الموافـق ٢ فبرايـر ٢٠١٥م، وشـارك فيهـا المؤلفـان بورقـة بحثيـة، بالإضافـة إلى مشـاركة عـدد مـن خـبراء الإعـلام عـلى المسـتويين: الأكاديمـي والمهنـي، حيـث انتهـت أعـمال النـدوة والمناقشـات التـي دارت في إطارهـا إلى مجموعـة مـن التوصيـات، خرجـت عـلى النحـو التـالي:

أولًا: ضرورة وضـع مجموعـة مـن المعايـير تحكـم الأداء الإعلامـي عـلى نحـو يحقـق احـترام الوحـدة الوطنيـة ومنـع اسـتغلال الديـن ويحقـق الشـفافية والإفصـاح في تمويـل الحمـلات الانتخابيـة.

ثانيًـا: التـزام الإعـلام بتوفـير أكـبر قـدر مـن المعلومـات التـي تتمتـع بالدقـة قبـل وأثنـاء وبعـد العمليـة الانتخابيـة، وعـلى نحـو يسـاهم في تنميـة الوعـي الانتخـابي للمواطنـين، خاصـة في ضـوء التشريعـات الجديـدة المنظمـة للنظـام الانتخـابي.

ثالثًا:التأكيـد عـلى حريـة وسـائل الإعـلام وضرورة توفـير المعلومـات للصحفيـين والإعلاميـين، مـع التزامهـم بالقواعـد المهنيـة ومواثيـق الـشرف الإعلامـي، وضرورة الفصـل بـين المعلومـات والدعايـة وبـين المعلومـات والآراء ووجهـات النظـر.

رابعًا: ضرورة أن يتحرى الإعلام صحة المعلومات والأخبار التي تتعلق بالانتخابات والتزام الدقة والموضوعية والبعد عن المبالغة والإثارة والتحيز لأي طرف دون الأطراف الأخرى.

خامسًا: التزام الإعلام بالتغطية السريعة والمتوازنة لكل الأنشطة والفاعليات الانتخابية الخاصة بالأحزاب والمرشحين والبرامج الانتخابية، ومنحهم فرصًا عادلة في مخاطبة الجمهور ومناقشته.

سادسًا: الابتعاد عن المعلومات التي تتناول الحياة الشخصية للمرشحين، أو التمييز بينهم، أو المعلومات المجهلة.

سابعًا: أن يقوم الإعلام بدوره الرقابي للعملية الانتخابية بنزاهة وتجرد، وعلى نحو يسمح له بكشف التجاوزات والانتهاكات، وهو ما يضمن الحفاظ على سلامة العملية الانتخابية.

ثامنًا: ضرورة وجود دليل خاص بالسياسة التحريرية لإعلام الدولة فيما يتعلق بتغطية الانتخابات، على نحو يضمن حياده ولعبه الدور الأكبر في تثقيف وتوعية الجمهور.

تاسعًا:ضرورة تدريب الصحفيين والمراسلين والإعلاميين على الضوابط المهنية المتعلقة بتغطية الانتخابات ونقل المعلومات، وكيفية الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال في نقل الأخبار ومتابعة تطورات الأحداث.

عاشرًا: الالتزام بنشر نتائج الاقتراع كما تصدرها اللجنة العليا للانتخابات وعدم الاعتماد على بيانات ونتائج مندوبي المرشحين.

حادي عشر: التطبيق الحازم ودون تمييز للعقوبات التي ينص عليها القانون بشأن قواعد الدعاية الانتخابية وتوقيتها والالتزام بمعايير الأداء الإعلامي وفقًا لما تتوصل إليه تقارير لجنة تقييم الأداء الإعلامي.

ثـاني عـشر:ضرورة وجـود رؤيـة سياسـية واقتصاديـة واجتماعيـة واضحـة لـدى الأحـزاب السياسـية والتكتـلات السياسـية، تسـمح ببنـاء برنامـج انتخـابي جيـد تعمـل في إطـاره عـلى حشـد الأصـوات الانتخابية والمشـاركة في العمليـة السياسـية وفقًـا لمـا كفلـه الدسـتور.

ثالـث عـشر: ضرورة وضـع مدونـة سـلوك للقائـم بالاتصـال في تغطيتـه للعمليـة الانتخابيـة، يتـم التوافـق بشـأنها، وتصبـح ملزمـة عـلى نحـو يضمـن الممارسـة الديمقراطيـة.

رابـع عـشر: ضرورة الإسراع في إصـدار التشريعـات والقوانـين المنظمـة للعمـل الإعلامـي عـلى نحـو يتفـق مـع مـواد الدسـتور ويتيـح للإعلاميـين حـق التنظيـم الـذاتي وإصـدار مواثيـق الـشرف المنظمـة للمهنـة.

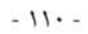
«وأخـيرًا لابـد مـن التأكيـد عـلى أن الإعلاميـين والصحفيـين يحكمهـم الضمـير المهنـي الـذي لابـد مـن تحكيمـه في كل مـا يمكـن تقديمـه للـرأي العـام».

***

ملاحق الدراسة

يضم هذا الجزء مجموعة من الوثائق، المصرية والإقليمية والدولية، التي تتعلق وعلى نحو رئيسي بمعالجة وتغطية الانتخابات، حيث اجتهد الباحثان في تجميعها من بعض مواقع شبكة الإنترنت الموثقة وذات المصداقية، بالإضافة إلى عدد من المؤلفات التي تناولت موضوع الإعلام والانتخابات.

إن هذه الوثائق تنقل لنا خبرات وتجارب متنوعة من عدد من الدول، مع ملاحظة أن تلك الوثائق تتشابه إلى حد كبير في توصياتها ومقترحاتها بشأن معالجة إعلامية مهنية: محايدة ومتوازنة وموضوعية للانتخابات: الرئاسية والبرلمانية والمحلية، حيث يمكن للجماعة الإعلامية المصرية قراءة تلك النصوص/ الوثائق باهتمام ودقة وعناية، ومن ثم الاستفادة منها في تقديم معالجة إعلامية، نزيهة ومهنية، خلال العملية الانتخابية بمراحلها المختلفة.



أولًا: وثائق مصرية:

الباب الأول من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة نشر في (الجريدة الرسمية) بالعدد رقم ٢٥ مكرر (أ) في ٣٠ يونيو سنة ١٩٩٦م

باسم الشعب

رئيس الجمهورية

قرر مجلس الشعب الآتي، ونصه وقد أصدرناه:

الباب الأول

حرية الصحافة وحقق وواجبات الصحفيين

فصل تمهيدي:

مادة ١- الصحافة سلطة شعبية تمارس رسالتها بحرية مسئولة في خدمة المجتمع تعبيرًا عن مختلف اتجاهات الرأي العام وإسهامًا في تكوينه وتوجيهه من خلال حرية التعبير وممارسة النقد ونشر الأنباء، وذلك كله في إطار المقومات الأساسية للمجتمع وأحكام الدستور والقانون.

مادة ٢- يقصد بالصحف في تطبيق أحكام هذا القانون المطبوعات التي تصدر باسم واحد وبصفة دورية كالجرائد والمجلات ووكالات الأنباء.

الفصل الأول

حرية الصحافة:

مادة ٣- تؤدي الصحافة رسالتها بحرية وباستقلال، وتستهدف تهيئة المناخ الحر لنموه وارتقائه بالمعرفة المستنيرة وبالإسهام في الاهتداء إلى الحلول الأفضل في كل ما يتعلق بمصالح الوطن وصالح المواطنين.

مادة ٤- فرض الرقابة على الصحف محظور.

ومـع ذلـك يجـوز –اسـتثناء- في حالـة إعـلان الطـوارئ أو زمـن الحـرب أن يفـرض عـلى الصحـف رقابـة محـددة في الأمـور التـي تتصـل بالسـلامة العامـة أو أغـراض الأمـن القومـي.

مادة ٥- يحظر مصادرة الصحف أو تعطيلها أو إلغاء ترخيصها بالطريق الإداري.

الفصل الثاني

حقوق الصحفيين:

مادة ٦- الصحفيون مستقلون لا سلطان عليهم في أداء عملهم لغير القانون.

مـادة ٧- لا يجـوز أن يكـون الـرأي الـذي يصـدر عـن الصحفـي أو المعلومـات الصحيحـة التـي ينشرهـا سـببًا للمسـاس بأمنـه. كـما لا يجـوز إجبـاره عـلى إفشـاء مصـادر معلوماتـه، وذلـك كلـه في حـدود القانـون.

مـادة ٨-للصحفـي حـق الحصـول عـلى المعلومـات والإحصـاءات والأخبـار المبـاح نشرهـا طبقًـا للقانـون مـن مصادرهـا سـواء كانـت هـذه المصـادر جهـة حكوميـة أو عامـة كـما يكـون للصحفـي حـق نـشر مـا يتحصـل عليـه منهـا.

وتنشـأ بقـرار مـن الجهـة المختصـة إدارة أو مكتـب للاتصـال الصحفـي في كل وزارة أو مصلحـة أو هيئـة عامـة لتسـهيل الحصـول عـلى مـا ذكـر بالفقـرة السـابقة.

مـادة ٩- يحظـر فـرض أي قيـود تعـوق حريـة تدفـق المعلومـات أو تحـول دون تكافـؤ الفـرص بـين مختلـف الصحـف في الحصـول عـلى المعلومـات أو يكـون مـن شـأنها تعطيـل حـق المواطـن في الإعـلام والمعرفـة, وذلـك كلـه دون إخـلال بمقتضيـات الأمـن القومـي والدفـاع عـن الوطـن ومصالحـه العليـا.

مـادة ١٠- مـع مراعـاة أحـكام المادتـين السـابقتين للصحفـي تلقـي الإجابـة عـلى مـا يسـتفسر عنـه مـن معلومـات وإحصـاءات وأخبـار، وذلـك مـا لم تكـن هـذه المعلومـات أو الإحصـاءات أو الأخبـار سريـة بطبيعتهـا أو طبقًـا للقانـون.

مـادة ١١- للصحفـي في سـبيل تأديـة عملـه الصحفـي الحـق في حضـور المؤتمـرات وكذلـك الجلسـات والاجتماعـات العامـة.

مـادة ١٢- كل مـن أهـان صحفيًـا أو تعـدى عليـه بسـبب عملـه يعاقـب بالعقوبـات المقـررة لإهانـة الموظـف العمومـي أو التعـدي عليـه في المـواد (١٣٢)، (١٣٦)، (١/١٣٧) مـن قانـون العقوبـات بحسـب الأحـوال.

مـادة ١٣- إذا طـرأ تغيـير جـذري عـلى سياسـة الصحيفـة التـي يعمـل بهـا الصحفـي أو تغـيرت الظـروف التـي تعاقـد في ظلهـا جـاز للصحفـي أن يفسـخ تعاقـده مـع المؤسسـة بإراداتـه المنفـردة بـشرط أن يخطـر الصحيفـة بعزمـه عـلى فسـخ العقـد قبـل امتناعـه عـن عملـه بثلاثـة أشـهر عـلى الأقـل. وبذلـك دون الإخـلال بحـق الصحفـي في التعويـض.

مـادة ١٤- تخضـع العلاقـة بـين الصحفـي والصحيفـة لعقـد العمـل الصحفـي الـذي يحـدد مـدة التعاقـد ونـوع عمـل الصحفـي ومكانـه والمرتـب وملحقاتـه والمزايـا التكميليـة.

بمـا لا يتعـارض مـع القواعـد الآمـرة في قانـون عقـد العمـل الفـردي أو مـع عقـد العمـل الصحفـي الجماعـي في حالـة وجـوده.

مـادة ١٥- لمجلـس نقابـة الصحفيـين عقـد اتفاقـات عمـل جماعيـة مـع أصحـاب الصحـف ووكالات الأنبـاء والصحـف العربيـة والأجنبيـة تتضمـن شروطًـا أفضـل للصحفـي.

وتكـون نقابـة الصحفيـين طرفًـا في العقـود التـي تـبرم وفقًـا لأحـكام المـادة السـابقة، والفقـرة الأولى مـن هـذه المـادة.

مـادة ١٦- تلتـزم كافـة المؤسسـات الصحفيـة وإدارات الصحـف بالوفـاء بجميـع الحقـوق المقـررة للصحفي في القوانـين وعقـد العمـل الصحفـي المـبرم معها.

مـادة ١٧- لا يجـوز فصـل الصحفـي مـن عملـه إلا بعـد إخطـار نقابـة الصحفيـين بمـبررات الفصـل، فـإذا اسـتنفدت النقابـة مرحلـة التوفيـق بـين الصحيفـة والصحفـي دون نجـاح، تطبـق الأحـكام الـواردة في قانـون العمـل في شـأن فصـل العامـل.

الفصل الثالث

واجبات الصحفيين:

مـادة ١٨- يلتـزم الصحفـي فيـما ينـشره بالمبـادئ والقيـم التـي يتضمنهـا الدسـتور وبأحـكام القانـون مستمسـكًا في كل أعمالـه بمقتضيـات الـشرف والأمانـة والصـدق وآداب المهنـة وتقاليدهـا بمـا يحفـظ للمجتمـع مثلـه وقيمـه وبمـا لا ينتهـك حقًـا مـن حقـوق المواطنـين أو يمـس إحـدى حرياتهـم.

مـادة ١٩- يلتـزم الصحفـي التزامًـا كامـلًا بميثـاق الـشرف الصحفـي. ويؤاخـذ الصحفـي تأديبيًـا إذا أخـل بواجباتـه المبينـة في هـذا القانـون أو في الميثـاق.

مـادة ٢٠- يلتـزم الصحفـي بالامتنـاع عـن الانحيـاز إلى الدعـوات العنصريـة أو التـي تنطـوي عـلى امتهـان الأديـان أو الدعـوة إلى كراهيتهـا أو الطعـن في إيمـان الآخريـن أو ترويـج التحيـز أو الاحتقـار لأي مـن طوائـف المجتمـع.

مـادة ٢١- لا يجـوز للصحفـي أو غـيره أن يتعـرض للحيـاة الخاصـة للمواطنـين، كـما لا يجـوز لـه أن يتنـاول مسـلك المشـتغل بالعمـل العـام أو الشـخص ذي الصفـة النيابيـة العامـة أو المكلـف بخدمـة عامـة إلا إذا كان التنـاول وثيـق الصلـة بأعمالهـم ومسـتهدفًا المصلحـة العامـة.

مـادة ٢٢- يعاقـب كل مـن يخالـف أحـكام المادتـين السـابقتين بالحبـس مـدة لا تزيـد عـلى سـنة وبغرامـة لا تقـل عـن خمسـة آلاف جنيـه ولا تزيـد عـلى عـشرة آلاف جنيـه أو بإحـدى هاتـين العقوبتـين.

مـادة ٢٣- يحظـر عـلى الصحيفـة تنـاول مـا تتـولاه سـلطات التحقيـق أو المحاكمـة بمـا يؤثـر عـلى صالـح التحقيـق أو المحاكمـة أو بمـا يؤثـر عـلى مراكـز مـن يتناولهـم التحقيـق أو المحاكمـة وتلتـزم الصحيفـة بنـشر قـرارات النيابـة العامـة ومنطـوق الأحـكام التـي تصـدر في القضايـا التـي تناولتهـا الصحيفـة بالنـشر أثنـاء التحقيـق أو المحاكمـة وموجـز كاف للأسـباب التـي تقـام عليهـا وذلـك كلـه إذا صـدر القـرار بالحفـظ أو بـأن لا وجـه لإقامـة الدعـوى أو صـدر الحكـم بالـبراءة.

مـادة ٢٤- يجـب عـلى رئيـس التحريـر أو المحـرر المسـئول أن ينـشر بنـاء عـلى طلـب ذي الشـأن تصحيـح مـا ورد ذكـره مـن الوقائـع أو سـبق نـشره مـن تصريحـات في الصحـف في غضـون الثلاثـة الأيـام التاليـة لاسـتلامه التصحيـح أو في أول عـدد يظهـر مـن الصحيفـة بجميـع طبعاتهـا أيهـما يقـع أولًا وبمـا يتفـق مـع مواعيـد طبـع الصحيفـة ويجـب أن يكـون النـشر في نفـس المـكان وبنفـس الحـروف التـي نـشر بهـا المقـال أو الخـبر أو المـادة الصحفيـة المطلـوب تصحيحهـا.

ويكـون نـشر التصحيـح بغـير مقابـل إذا لم يتجـاوز مثـلي مسـاحة المقـال أو الخـبر المنشـور فـإن جـاوزه كان للصحيفـة الحـق في مطالبـة طالـب التصحيـح بمقابـل نـشر القـدر الزائـد محسـوبًا بسـعر تعريفـة الإعـلان المقـررة ويكـون للصحيفـة الامتنـاع عـن نـشر التصحيـح حتـى تسـتوفي هـذا المقابـل.

مـادة ٢٥- عـلى طالـب التصحيـح أن يرسـل الطلـب إلى الصحيفـة المعنيـة بموجـب خطـاب مـوصى عليـه بعلـم الوصـول أو مـا يقـوم مقامـه إلى رئيـس التحريـر مرفقًـا بـه مـا قـد يكـون متوفـرًا لديـه مـن مسـتندات.

مادة ٢٦- يجوز للصحيفة أن تمتنع عن نشر التصحيح في الحالتين الآتيتين:

١- إذا وصل طلب التصحيح إلى الصحيفة بعد مضي ثلاثين يومًا على النشر.

٢- إذا سبق للصحيفة أن صححت من تلقاء نفسها ما يطلب تصحيحه.

وفي جميع الأحوال يجب الامتناع عن نشر التصحيح إذا انطوى على جريمة أو على ما يخالف النظام العام والآداب.

مادة ٢٧- إذا لم يتم التصحيح في المدة المنصوص عليها في المادة (٢٤) من هذا القانون جاز لذي الشأن أن يخطر المجلس الأعلى للصحافة بكتاب موصى عليه بعلم الوصول لاتخاذ ما يراه في شأن نشر التصحيح.

مادة ٢٨- إذا لم يتم التصحيح في المدة المحددة في المادة (٢٤) من هذا القانون يعاقب الممتنع عن نشره بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألف جنيه ولا تتجاوز أربعة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين.

وللمحكمة عند الحكم بالعقوبة أو بالتعويض المدني أن تأمر بنشر الحكم الصادر بالعقوبة أو بالتعويض المدني في صحيفة يومية واحدة على نفقة الصحيفة فضلًا عن نشره بالصحيفة التي نشر بها المقال أو الخبر موضوع الدعوى خلال مدة لا تتجاوز خمسة عشر يومًا من تاريخ صدور الحكم إذا كان حضوريًا أو من تاريخ إعلانه إذا كان غيابيًا. ولا يتم هذا النشر إلا إذا أصبح الحكم نهائيًا.

مادة ٢٩- تنقضي الدعوى الجنائية بالنسبة لرئيس التحرير أو المحرر المسئول عن جريمة الامتناع عن النشر إذا قامت الصحيفة بنشر التصحيح قبل تحريك الدعوى الجنائية ضدهما.

مـادة ٣٠- يحظـر عـلى الصحيفـة أو الصحفـي قبـول تبرعـات أو إعانـات أو مزايـا خاصـة مـن جهـات أجنبيـة بطريقـة مبـاشرة أو غـير مبـاشرة وتعتـبر أيـة زيـادة في أجـر الإعلانـات التـي تنشرهـا هـذه الجهـات عـن الأجـور المقـررة للإعـلان بالصحيفـة إعانـة غـير مبـاشرة.

ويعاقـب كل مـن يخالـف ذلـك بالحبـس مـدة لا تزيـد عـلى سـنة أو بغرامـة لا تقـل عـن خمسـمائة جنيـه ولا تتجـاوز ألفـي جنيـه وتحكـم المحكمـة بإلـزام المخالـف بـأداء مبلـغ يعـادل مثـلي التـبرع أو الميـزة أو الإعانـة التـي حصـل عليهـا، عـلى أن يـؤول هـذا المبلـغ إلى صنـدوق معاشـات نقابـة الصحفيـين.

كـما يحظـر عـلى الصحيفـة أو الصحفـي تلقـي أي إعانـات حكوميـة بطريقـة مبـاشرة أو غـير مبـاشرة إلا وفقًـا للقواعـد العامـة التـي يضعهـا المجلـس الأعـلى للصحافـة.

مـادة ٣١- يحظـر عـلى الصحـف نـشر أي إعـلان تتعـارض مادتـه مـع قيـم المجتمـع وأسسـه ومبادئـه أو آدابـه العامـة أو مـع رسـالة الصحافـة وأهدافهـا. وجـب الفصـل بصـورة كاملـة وبـارزة بـين المـواد التحريريـة والإعلانيـة.

مـادة ٣٢- لا يجـوز للصحفـي أن يعمـل في جلـب الإعلانـات أو أن يحصـل عـلى أي مبالـغ مبـاشرة أو غـير مبـاشرة أو مزايـا عـن نـشر الإعلانـات بأيـة صفـة ولا يجـوز أن يوقـع باسـمه مـادة إعلانيـة.

مـادة ٣٣- تلتـزم جميـع الصحـف والمؤسسـات الصحفيـة بنـشر ميزانياتهـا خـلال سـتة أشـهر مـن انتهـاء السـنة الماليـة. ويتـولى الجهـاز المركـزي للمحاسـبات بصفـة دوريـة مراجعـة دفاتـر مسـتندات المؤسسـة الصحفيـة للتحقـق مـن سـلامة ومشروعيـة إجراءاتهـا الماليـة والإداريـة والقانونيـة.

وعـلى الصحـف والمؤسسـات أن تـوافي الجهـاز بحسـاباتها الختاميـة خـلال الثلاثـة الأشـهر التاليـة لانتهـاء سـنتها المالية كـما يكـون عليهـا أن تمكـن الجهـاز مـن هـذه المراجعـة وعـلى الجهـاز المذكـور إعـداد تقاريـر بنتيجـة فحصـه وعليـه أن يحيـل المخالفـات إلى النيابـة العامـة مـع إخطـار المجلـس الأعـلى للصحافـة في جميـع الأحـوال.

الفصل الرابع:

تأديب الصحفي:

مادة ٣٤- تختص نقابة الصحفيين وحدها بتأديب الصحفيين من أعضائها.

وتطبـق في هـذا الشـأن الأحـكام الـواردة في قانـون نقابـة الصحفيـين فيـما لا يتعـارض مـع أحـكام هـذا الفصـل.

مـادة ٣٥- يحيـل نقيـب الصحفيـين بعـد العـرض عـلى مجلـس النقابـة الصحفـي الـذي تنسـب إليـه مخالفـة تأديبيـة إلى لجنـة التحقيـق عـلى أن تنتهـي مـن إجـراء التحقيـق خـلال ثلاثـين يومًـا مـن تاريـخ الإحالـة إليهـا، فـإذا رأت اللجنـة أن التحقيـق يسـتغرق مـدة أطـول اسـتأذنت مجلـس النقابـة في ذلـك.

مادة ٣٦- تشكل لجنة التحقيق المنصوص عليها في المادة السابقة على النحو التالي:

وكيل النقابة رئيسًا.

مستشار من مجلس الدولة يختاره مجلس الدولة عضوًا.

(ج) سكرتير النقابة أو سكرتير النقابة الفرعية بحسب الأحوال عضوًا.

مـادة ٣٧- تشـكل هيئـة التأديـب الابتدائيـة المنصـوص عليهـا في المـادة (٨١) مـن قانـون نقابـة الصحفيـين، عـلى النحـو التالي:

(أ) ثلاثـة أعضـاء يختارهـم مجلـس نقابـة الصحفيـين مـن بـين أعضائـه في أول كل دورة نقابيـة. وتكـون رئاسـة اللجنـة لأقدمهـم قيـدًا بجـدول النقابـة مـا لم يكـن أحدهـم عضـوًا في هيئـة مكتب مجلسـها فتكـون لـه الرئاسـة.

(ب) عضو من المجلس الأعلى للصحافة يختاره المجلس من بين أعضائه الصحفيين.

(ج) مستشار من مجلس الدولة يختاره مجلس الدولة.

وتحال الدعوى إلى هذه الهيئة من لجنة التحقيق المشار إليها في المادة السابقة.

ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمام الهيئة التأديبية.

مـادة ٣٨- يجـوز للصحفـي الطعـن في قـرار هيئـة التأديـب الابتدائيـة أمـام هيئـة التأديـب الاسـتئنافية المنصـوص عليهـا في المـادة (٨٢) مـن قانـون النقابـة.

مـادة ٣٩- مـع عـدم الإخـلال بحـق إقامـة الدعـوى الجنائيـة أو المدنيـة لـذوي الشـأن التقـدم بالشـكوى ضـد الصحفـي إلى المجلـس الأعـلى للصحافـة.

ويتـولى المجلـس بحـث الشـكوى وإبـلاغ النتيجـة إلى نقابـة الصحفيـين في حالـة توافـر الدلائـل الكافيــة عــلى صحــة مــا جــاء بالشــكوى.

الفصل الخامس

المسئولية الجنائية في الجرائم التي تقع بواسطة الصحف:

مــادة ٤٠- إذا حركـت الدعـوى الجنائيـة أمـام محكمـة الجنـح بسـبب الجرائـم التـي تقـع بواسـطة الصحـف جـاز للمتهـم أن ينيـب عنـه وكيـلًا لمتابعتهـا مـا لم تأمـر المحكمـة بحضـوره شـخصيًا.

مـادة ٤١- لا يجـوز الحبـس الاحتياطـي في الجرائـم التـي تقـع بواسـطة الصحـف إلا في الجريمـة المنصـوص عليهـا في المـادة (١٧٩) مـن قانـون العقوبـات.

مـادة٤٢- لا يجـوز أن يتخـذ مـن الوثائـق والمعلومـات والبيانـات والأوراق التـي يحوزهـا الصحفـي دليـل اتهـام ضـده في أي تحقيـق جنـائي مـا لم تكـن في ذاتهـا موضوعًـا للتحقيـق أو محـلًا لجريمـة.

ومـع مراعـاة أحـكام المـواد (٥٥) و(٩٧) و(١٩٩) مـن قانـون الإجـراءات الجنائيـة يجـب رد مـا تـم ضبطـه مـن الأشـياء التـي ذكـرت في الفقـرة السـابقة إلى مـن ضبطـت لديـه فـور انتهـاء الغـرض الـذي ضبطـت مـن أجلـه.

مـادة ٤٣- لا يجـوز القبـض عـلى الصحفـي بسـبب جريمـة مـن الجرائـم التـي تقـع بواسـطة الصحـف إلا بأمـر مـن النيابـة العامـة، كـما لا يجـوز التحقيـق معـه أو تفتيـش مقـر عملـه لهـذا السـبب إلا بواسـطة أحـد أعضـاء النيابـة العامـة.

ويجـب عـلى النيابـة العامـة أن تخطـر مجلـس النقابـة قبـل اتخـاذ إجـراءات التحقيـق مـع الصحفـي بوقـت كاف.

وللنقيـب أن يحـضر التحقيـق هـو أو مـن ينيبـه مـن أعضـاء المجلـس. ولمجلـس النقابـة أن يطلـب صـورًا مـن التحقيـق بغـير رسـوم.

مـادة ٤٤- لا يعاقـب عـلى الطعـن بطريـق النـشر في أعـمال موظـف عـام أو شـخص ذي صفـة نيابيـة عامـة أو مكلـف بخدمـة عامـة إذا كان النـشر بسـلامة نيـة وكان لا يتعـدى أعـمال الوظيفـة أو النيابـة أو الخدمـة العامـة، وبـشرط أن يثبـت كل فعـل أسـنده إليهـم.

***

اللائحة التنفيذية لقانون الصحافة

المجلس الأعلى للصحافة

قرار رقم ١٠ لسنة ١٩٩٨

بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الصحافة

رئيس المجلس الأعلى للصحافة

بعد الإطلاع على القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة:

وعلى موافقة المجلس بجلسته المعقودة يوم ١٩ / ٧ / ١٩٩٨:

قرر:

مادة (١) يعمل بأحكام اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الصحافة المرافقة لهذا القرار.

مادة (٢) ينشر هذا القرار بالوقائع المصرية، و يعمل به اعتبارًا من اليوم التالي لتاريخ النشر.

صدر في ١٩ / ٧ / ١٩٩٨.

رئيس المجلس الأعلى للصحافة

دكتور / مصطفى كمال حلمي

اللائحة التنفيذية

للقانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦

بشأن تنظيم الصحافة

(الباب الأول)

حرية الصحافة وحقوق وواجبات الصحفيين

الفصل الأول

المبادئ الأساسية:

مـادة ١- الصحافـة -في كل أوصافهـا القانونيـة والواقعيـة- أظهـر صـور الحريـة، وهـي بحكـم كونهـا رسـالة الـرأي، ووسـيلة التعريـف بـه، والتعبـير عنـه في كل اتجاهاتـه، أداة المجتمـع للإحاطـة بشـئونه والارتقـاء بـه، وسـبيل نـشر المعرفـة وإذاعـة الأنبـاء وبيـان الخـبر.

مـادة ٢- المجلـس الأعـلى للصحافـة هيئـة مسـتقلة قائمـة بذاتهـا تقـوم عـلى شـئون الصحافـة في جمهورية مـصر العربيـة بمـا يحقـق رسـالتها وفقًـا للدسـتور والقانون.

مـادة ٣- يعـبر -في نصـوص هـذه اللائحـة- عـن المجلـس الأعـلى للصحافـة (بالمجلـس)، وعـن القانـون رقـم ٩٦ لسـنة ١٩٩٦ بشـأن تنظيـم الصحافـة (بقانـون الصحافة).

الفصل الثاني

حقوق الصحفيين:

مـادة ٤- يبـاشر الصحفيـون عملهـم ويمارسـون حريتهـم في التعبـير عن الـرأي والفكـر أيًا كانـت اتجاهاتهم وانتماءاتهـم السياسـية أو الحزبيـة أو الفكريـة بدافـع مـن إرادتهـم في نطـاق المقومـات الأساسـية للمجتمـع والحفـاظ عـلى الحريـات والحقـوق والواجبـات العامـة واحـترام حرمـة الحيـاة الخاصـة وفقًـا للدسـتور والقانـون.

مـادة ٥- لا يجـوز تعريـض الصحفـي لأي ضغـط مـن جانـب أي سـلطة، كـما لا يجـوز حملـه عـلى إفشـاء مصــدر معلوماته.

مادة ٦- لا يجوز محاسبة الصحفي على رأي يبديه أو معلومات صحيحة ينشرها كما لا يجوز محاسبته بسبب عمله إلا إذا ثبت إخلاله بواجباته المهنية أو عدم سلامة مقصده على النحو المبين بالقانون أو بإحكام ميثاق الشرف الصحفي وهذه اللائحة.

مادة ٧- لا يجوز المساس بأمن الصحفي في مباشرة عمله.

ويقصد بأمن الصحفي مجموعة الظروف والاعتبارات التي ترتبها القوانين واللوائح وميثاق الشرف الصحفي وما استقر من أعراف صحفية يستطيع الصحفي -بتوافرها واحترامها- أن يمارس عمله ويؤدي رسالته في اطمئنان.

مادة ٨- يبذل المجلس ما يراه محققًا للحفاظ على أمن الصحفي وعدم المساس به، كما يتعاون مع نقابة الصحفيين لتحقيق هذا الغرض.

مادة ٩- للصحفي في حالة المساس بأمنه أن يعرض الأمر على المجلس بطلب مكتوب ويخطر المؤسسة التي يتبعها بصورة منه.

وللمجلس أن يطلب من المؤسسة التي يتبعها الصحفي موافاته خلال أسبوعين بما قد يكون لها من ملاحظات.

ويتخذ المجلس ما يراه في هذا الشأن بدءًا من محاولة التوفيق ثم يخطر الصحفي المتظلم والمؤسسة المعنية ونقابة الصحفيين خلال شهرين من تاريخ التظلم بما ينتهي إليه من رأي أو قرار.

وللصحفي في جميع الأحوال أن يلجأ للقضاء.

مادة ١٠- للصحفي أن يتقدم بإخطار كتابي إلى الأمين العام للمجلس في الحالات الآتية:

(أ) إذا تقدم بطلب للحصول على المعلومات أو الإحصاءات أو الأخبار المباح نشرها طبقًا

للقانون إلى الجهة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة الثامنة من قانون الصحافة دون أن يتلقى ردًا خلال أسبوع على الأكثر من تاريخ طلبه.

(ب) إذا منع حضور المؤتمرات أو الجلسات أو الاجتماعات العامة.

(ج) إذا وقع عليه تعد أو إهانة بسبب عمله مع مراعاة حكم المادة (١٢) من قانون الصحافة.

وللأمين العام للمجلس عند الاقتضاء عرض الأمر على هيئة مكتب المجلس لاتخاذ ما يراه.

مادة ١١- مع عدم الإخلال بحق الصحفي في فسخ تعاقده مع المؤسسة التي يعمل بها في الحالة المنصوص عليها في المادة (١٣) من قانون الصحافة، يجب على الصحفي، قبل إتمام الفسخ، أن يخطر المجلس والنقابة بأوجه التغيير الذي طرأ على سياسة الصحيفة أو على الظروف التي تعاقد في ظلها.

الفصل الثالث

واجبات الصحفيين:

مادة ١٢- يلتزم جميع العاملين بالصحف بقانون تنظيم الصحافة وبلائحته التنفيذية وبقرارات المجلس، وبأن يراعوا في سلوكهم المهني مبادئ الشرف والأمانة وآداب المهنة وأعرافها وتقاليدها.

مادة ١٣- مع عدم الإخلال بحق الصحفي في التعليق وإبداء الرأي من وجهة النظر العامة، يجب نشر البيانات الصادرة عن المجلس والسلطات العامة المختصة في أي شأن من الشئون العامة محل النشر أو التي تعني الرأي العام وبصفة خاصة ما يتصل بشكاوى المواطنين.

كما يجب نشر البيانات الصادرة عن النيابة العامة ومنطوق الأحكام أو القرارات التي تصدرها السلطة القضائية المختصة في الأمور والقضايا التي تناولها النشر

الصحفي أثناء التحقيق أو المحاكمة مع موجز كاف للأسباب التي تقام عليها وذلك إذا تقرر الحفظ أو قضي بالبراءة.

ويجب الالتزام بعدم إبراز نشر أخبار الجريمة وأسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم على نحو يبرر الجريمة أو يشيد بمرتكبيها.

مادة ١٤- مع عدم الإخلال بأحكام المواد (٢٤) وما بعدها من قانون الصحافة، على الصحيفة عندما تمتنع عن نشر طلب التصحيح لعدم استيفائه الشروط المنصوص عليها في القانون أو لوجود مانع قانوني يحول دون نشره أن تكتب لصاحب الطلب بذلك خلال ثلاثة أيام من تقرير عدم النشر.

مادة ١٥- على طالب التصحيح أو الرد، إذا لم يتم التصحيح في المدة المشار إليها في المادة (٢٤) من قانون الصحافة، أن يرفع الأمر إلى الأمين العام للمجلس بكتاب موصى عليه بعلم الوصول أو ما يقوم مقامه مرفقًا به صورة من طلب التصحيح وصورة مما يكون متوافر لديه من المستندات التي بعث بها إلى الصحيفة المعنية على النحو المبين بالمادة (٢٠) من القانون المذكور.

ويحيل الأمين العام للمجلس الطلب المشار إليه في الفقرة السابقة إلى لجنة الشكاوى وطلبات الرد والتصحيح التي تعد تقريرًا بالرأي حول مدى أحقية طالب الرد أو التصحيح في نشر رده أو تصحيحه، ويخطر الأمين العام للمجلس الصحيفة المعنية وطالب التصحيح بالنتيجة التي تنتهي إليها اللجنة المذكورة.

مادة ١٦- تضع لجنة شئون الصحافة والصحفيين بالتنسيق مع لجنة الشئون المالية والإدارية والاقتصادية قواعد تلقي الإعانات الحكومية المشار إليها في الفقرة الثالثة من المادة (٣٠) من قانون الصحافة ويصدر المجلس قرارًا بها.

مادة ١٧- مع مراعاة حكم المادة (٣١) من قانون الصحافة، يخضع نشر الإعلانات لذات

القواعد المهنية التي تسري على المواد التحريرية، دون إغفال لطبيعة الإعلانات، ويراعى بصفة خاصة عدم تعارض المادة الإعلانية مع مقتضيات المنافسة المشروعة وحماية المواطنين.

مادة ١٨- تعرض التقارير التي يعدها الجهاز المركزي للمحاسبات إعمالًا للفقرة الثانية من المادة (٣٣) من قانون الصحافة على لجنة الشئون المالية والإدارية والاقتصادية لتعد تقريرًا عنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

الفصل الرابع

التأديب:

مادة ١٩-يختار المجلس سنويًا أحد أعضائه من الصحفيين لعضوية الهيئة التأديبية الابتدائية المنصوص عليها في المادة (٣٧) من قانون الصحافة.

مادة ٢٠-تحال الشكاوى المقدمة من ذوي الشأن ضد الصحفي إلى لجنة الشكاوى وطلبات الرد والتصحيح لفحصها وإعداد تقرير عنها خلال أسبوعين من تاريخ إحالتها إليها ويعرض التقرير على المجلس ليقرر ما يراه بشأنه في ما ورد بالفقرة الثانية من المادة (٣٩) من قانون الصحافة.

(الباب الثاني)

إصدار الصحف وملكيتها

الفصل الأول

إصدار الصحف:

مادة ٢١- يعد المجلس نموذجًا يحرر عليه الإخطار بطلب الترخيص بإصدار صحيفة على أن يتضمن النموذج كافة البيانات التي حددتها المادة (٤٦) من قانون الصحافة وما يراه المجلس ملائمًا لبحث الطلب والبت فيه.

مادة ٢٢-تقدم إلى أمانة المجلس إخطارات طلبات الترخيص بإصدار الصحف وذلك على النموذج الخاص الموضح بالمادة السابقة.

وعلى الأمانة العامة أن تسجل هذه الإخطارات وتفاصيل بياناتها في سجل خاص تعده لذلك يوضح به ما تم في كل إخطار.

مادة ٢٣-تحيل أمانة المجلس الإخطار بطلب الترخيص إلى لجنة شئون الصحافة والصحفيين في موعد أقصاه أسبوع من تلقي الإخطار، وعلى اللجنة المذكورة أن تفحص الإخطار بالطلب وتضع عنه تقريرًا برأيها وتحيله على المجلس خلال أسبوعين على الأكثر من تاريخ إحالته إليها.

مادة ٢٤-يعرض رأي اللجنة على المجلس لإصدار قرار بالترخيص أو بالرفض، وفي الحالتين يصدر القرار بموافقة أغلبية أعضاء المجلس الحاضرين، فإذا كان هذا القرار بالرفض وجب أن يكون مسببًا.

مادة ٢٥-يخطر رئيس المجلس مقدم الإخطار بالقرار الذي صدر في شأن الإخطار بخطاب موصى عليه وبعلم الوصول.

مادة ٢٦- تحسب مدة الثلاثة أشهر المشار إليها في المادة (٤) من قانون الصحافة ابتداءً من وصول الإخطار المتضمن قرار المجلس المنصوص عليه في المادة السابقة.

مادة ٢٧-يعتبر صدور الصحيفة غير منتظم في حكم المادة (٤) من قانون الصحافة إذا تحقق بغير عذر يقبله المجلس أحد الأمرين الآتيين:

(أ) عدم إصدار نصف العدد المفروض صدوره أصلًا خلال مدة الأشهر الستة المشار إليها في المادة المذكورة.

(ب) أن تكون مدة الاحتجاب خلال مدة الأشهر الستة أطول من مدة توالي الصدور.

ويقصد بالصدور طرح الصحيفة للتوزيع بالطريقة التي درجت عليها والقيام بإيداع النسخ المطلوبة للجهات التي حددتها القوانين بالإضافة إلى إيداع خمس نسخ أمانة المجلس.

ويجب في كل الأحوال إيداع النسخ في تاريخ معاصر للصدور.

مادة ٢٨-في حالة عدم إعلان المجلس بالتغيير الذي يطرأ على البيانات التي تضمنها الإخطار بعد صدور الترخيص، أو التغيير في هذه البيانات دون موافقة المجلس يعتبر الترخيص بإصدار الصحيفة كأن لم يكن.

ويصدر المجلس في الأحوال السابقة قرارًا باعتبار الترخيص كأن لم يكن بناء على تقرير تعده لجنة شئون الصحافة والصحفيين، وتخطر الصحيفة بالقرار الصادر في هذا الشأن.

وفي جميع الأحوال يكون لذوي الشأن التقدم بطلب ترخيص جديد بعد استيفاء الإجراءات والشروط والأوضاع المقررة قانونًا.

الفصل الثاني

ملكية الصحف:

مادة ٢٩-تعرض طلبات الإعفاء من بعض الشروط المنصوص عليها في المادة (٥٢) من قانون الصحافة على لجنة شئون الصحافة والصحفيين التي تعد تقريرًا في شأنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

مادة ٣٠-تعد لجنة شئون الصحافة والصحفيين النموذج المشار إليه في المادة (٥٣) من قانون الصحافة يعرض على المجلس لإقراره.

مادة ٣١-تحدد لجنة شئون الصحافة والصحفيين الهيئات التي تتمتع بالإعفاء الوارد في الفقرة (٣) من المادة (٥٤) من قانون الصحافة، ويصدر بهذا التحديد قرار من المجلس.

(الباب الثالث)

الصحف القومية

الفصل الأول

الملكية:

مادة ٣٢-مع مراعاة حكم المادة (٥٥) من قانون الصحافة، تنشأ المؤسسة الصحفية بقرار من مجلس الشورى بعد أخذ رأي المجلس، وينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية.

مادة ٣٣- يحدد القرار الصادر بإنشاء المؤسسة القومية اسمها ومقرها الرئيسي وما لها من أفرع والأغراض التي تنشأ من أجلها والصحف التي تصدر عنها ورأس المال المخصص لها، كما يتضمن القرار اختيار رئيس وأعضاء مجلس إدارة مؤقتين لاتخاذ الإجراءات وتنفيذ الأعمال اللازمة لتأسيس المؤسسة الجديدة.

مادة ٣٤-يتولى المجلس وضع النظام الخاص بالمؤسسة الصحفية ولوائحها المؤقتة في إطار ما يقرره مجلس الشورى في قرار إنشائها وبناءً على ما يقترحه مجلس الإدارة المؤقت للمؤسسة مع مراعاة الأحكام المقررة في هذه اللائحة.

ويستمر العمل بالنظام واللوائح المؤقتة للمؤسسة حتى تضع السلطات المختصة نظامها ولوائحها بعد استكمال إجراءات تأسيسها.

مادة ٣٥-يسري توقيت السنة المالية بالمجلس على السنة المالية للمؤسسات الصحفية القومية إلا إذا وافق المجلس لإحدى المؤسسات على غير ذلك.

مادة ٣٦-يحيل رئيس المجلس تقارير الجهاز المركزي للمحاسبات مقرونة برد مجلس الإدارة المختص عليها وبرأي الجمعية العمومية في هذا الشأن إلى لجنة الشئون المالية والإدارية والاقتصادية لتعد تقريرًا عنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

مـادة ٣٧-تضـع لجنـة الشـئون الماليـة والإداريـة والاقتصاديـة القواعـد التـي يجـب عـلى المؤسسـات الصحفيـة القوميـة اتباعهـا لتأسـيس الـشركات المشـار إليهـا في المـادة (٥٩) مـن قانـون الصحافـة وكذلـك القواعـد التـي تحكـم مزاولـة هـذه المؤسسـات لنشـاط التصديـر والاسـتيراد.

وتعرض هذه القواعد على المجلس لإقرارها.

مـادة ٣٨-تعـرض توصيـات مجالـس إدارات المؤسسـات الصحفيـة القوميـة بشـأن مـد سـن التقاعـد للعاملـين بهـا مـن صحفيـين وإداريـين وعـمال مـن غـير رؤسـاء مجالـس الإدارات ورؤسـاء التحريـر عـلى لجنـة شـئون الصحافـة والصحفيـين لإعـداد تقريـر بشـأنها يعـرض عـلى المجلس لاتخـاذ مـا يـراه.

مـادة ٣٩-يجـوز لمـن لم يقـترح مجلـس إدارة المؤسسـة الصحفيـة القوميـة مـد خدمتـه التظلـم مـن ذلـك كتابـة لرئيـس المجلـس الأعـلى للصحافـة.

ويحيـل الرئيـس هـذا التظلـم إلى لجنـة شـئون الصحافـة والصحفيـين، لإعـداد تقريـر عنـه لهيئـة مكتـب المجلـس في أول اجتـماع تـالٍ لهـا، ولهيئـة المكتـب حفـظ التظلـم ويكـون قرارهـا نهائيًـا، ولهـا أن تقـرر عرضـه عـلى اللجنـة العامـة للنظـر فيـه إذا رأت أحقيـة المتظلـم في تظلمـه.

ويصدر قرار المجلس بالبت في التظلم بصفة نهائية بأغلبية أعضائه.

الفصل الثاني

الجمعية العمومية - مجلس الإدارة- مجلس التحرير

أولًا- الجمعية العمومية:

مـادة ٤٠-يشـكل مكتـب المجلـس لجنـة عليـا لـلإشراف عـلى انتخـاب الأعضـاء المنتخبـين في الجمعيـات العموميـة، ومجالـس الإدارة وتتـولى هـذه اللجنـة الإشراف عـلى عمليـات الانتخـاب كـما تضـع التعليـمات اللازمـة لتنظيمهـا.

وتعلـن اللجنـة عـن فتـح بـاب الترشـيح وآخـر موعـد لقبـول طلبـات المرشـحين وذلـك خـلال مـدة لا تجـاوز ثلاثـة أيـام مـن تاريـخ فتـح بـاب الترشـيح.

وتقـوم اللجنـة بنـشر كشـف بأسـماء المرشـحين بتعليقـه في أماكـن ظاهـرة بالمؤسسـة مـع تحديـد غايـة الموعـد الـذي تتلقـى فيـه مـا يتقـدم مـن طعـون عـلى طلبـات الترشـيح بمـا لا يجـاوز ثلاثـة أيـام مـن انتهـاء موعـد قبـول الطلبـات.

وتتـولى اللجنـة فحـص الطعـون وتعلـن نتيجـة هـذا الفحـص في مـدى ثلاثـة أيـام أخـرى ثـم تجـرى الانتخابـات بـين المرشـحين الذيـن لم تقـدم ضدهـم طعـون أو لم تقبـل الطعـون الموجهـة في ترشـيحهم.

وإذا لم يتبـق مـن المرشـحين سـوى العـدد المطلـوب انتخابـه تعلـن اللجنـة فوزهـم بالتزكيـة. ويكـون إعطـاء الصـوت بطريقـة سريـة عـلى النمـوذج الـذي تعـده اللجنـة والمختـوم بخاتـم المجلـس.

وتتولى الانتخابات داخل كل مؤسسة لجنة فرعية يصدر بتشكيلها قرار من اللجنة العليا.

وتستمر عملية الانتخابات من التاسعة صباحًا حتى الخامسة مساءً.

وتتـولى اللجنـة الفرعيـة فـرز الأصـوات في حضـور مـن يشـاء مـن المرشـحين وتعلـن النتيجـة وفقًـا لأغلبيـة مـا حصـل عليـه المرشـحون ويكـون ترتيـب الأعضـاء تنازليًـا وفقـا لمـا حصـل عليـه كل منهـم مـن أصـوات.

مـادة ٤١–تقـدم الطعـون المتعلقـة بالانتخابـات أو بإجراءاتهـا إلى اللجنـة العليـا خـلال عـشرة أيـام مـن تاريـخ إعـلان النتيجـة، وتفصـل اللجنـة في الطعـون التـي تقـدم إليهـا خـلال أسـبوع عـلى الأكـثر ويكـون قرارهـا نهائيًـا.

مادة ٤٢–تمارس الجمعيات العمومية اختصاصاتها المحددة في المادة (٦٣) من قانون الصحافة.

ولرئيس المجلس أن يحيل إليها وكذلك لمجالس الإدارة أية مسألة لإبداء الرأي فيها.

مـادة ٤٣-يتـولى رئاسـة الجمعيـة العموميـة في كل مؤسسـة صحفيـة رئيـس مجلـس إدارتهـا ويتـولى أمانـة السـر أمـين سر تنتخبـه الجمعيـة العموميـة في أول اجتـماع لهـا مـن بـين أعضائهـا.

ويحضر اجتماعات الجمعية:

(أ) أعضاء مجلس إدارة المؤسسة.

(ب) مندوب من المجلس الأعلى للصحافة.

(ج) مندوب من الجهاز المركزي للمحاسبات يندبه رئيس الجهاز.

(د) المستشار القانوني للمؤسسة ومراقب حساباتها.

ولهـؤلاء أن يشـتركوا في مناقشـة مـا يعـرض عـلى الجمعيـة مـن أمـور دون أن يكـون لهـم حـق المشـاركة في التصويـت.

مـادة ٤٤-تنعقـد الجمعيـة العموميـة للمؤسسـة الصحفيـة بنـاءً عـلى دعـوة مـن رئيسـها ويكـون اجتماعهـا مـرة كل عـام في اجتـماع عـادي.

ويجـوز لثلـث أعضـاء الجمعيـة أو مجلـس المؤسسـة طلـب عقـد اجتـماع غـير عـادي، وفي جميـع الأحـوال لا تنعقـد الجمعيـة إلا بدعـوة مـن رئيسـها.

مـادة ٤٥-تحـرر محـاضر لاجتماعـات الجمعيـة العموميـة وتثبـت هـذه المحـاضر في سـجل خـاص يوقعـه رئيـس الجمعيـة وأمـين سرهـا ويبلـغ رئيـس الجمعيـة قراراتهـا إلى رئيـس المجلـس كـما يوافيـه بصـورة مـن محـاضر اجتماعاتهـا.

ثانيًا- مجالس الإدارة:

مادة ٤٦-مجلس إدارة المؤسسة الصحفية هو السلطة المهيمنة على شئونها وتصريف أمورها وإدارة وتنفيذ الأعمال والأنشطة التي تتولاها وله في سبيل أداء مهمته اتخاذ القرارات المناسبة.

مادة ٤٧-يتألف مجلس الإدارة بالتشكيل الذي حددته المادة (٦٤) من قانون الصحافة ويكون انتخاب الأعضاء الذين يجري انتخابهم من بين العاملين بالمؤسسة بذات الإجراءات التي حددتها المادتان (٤٠، ٤١) من هذه اللائحة.

مادة ٤٨- ينعقد مجلس الإدارة بدعوة من رئيسه مرة كل شهر على الأقل ويدعى للانعقاد كذلك كلما طلب ذلك ثلث أعضائه.

ويبلغ رئيس مجلس الإدارة المجلس الأعلى للصحافة بصورة من محاضر الجلسات وقراراته.

مادة ٤٩- يعد رئيس مجلس الإدارة تقريرًا سنويًا عن أنشطة المؤسسة وفروعها ويرفق به تقرير مراقب الحسابات وتقرير الجهاز المركزي للمحاسبات ورد المؤسسة عليهما وذلك للعرض على مجلس الإدارة قبل عرضهما على الجمعية العمومية ثم إبلاغ المجلس الأعلى للصحافة بما يتقرر في ذلك.

مادة ٥٠- يمارس مجلس الإدارة صلاحيته على النحو المبين في القانون ويدخل في اختصاصاته ما يأتي:

(أ) وضع السياسة العامة للمؤسسة.

(ب) إدارة أموال المؤسسة ووضع خطتها الاستثمارية.

(ج) اتخاذ القرارات والإجراءات وإصدار اللوائح الخاصة بشئون العمل والعاملين بالمؤسسة

وتبليغها إلى المجلس الأعلى للصحافة وكذلك تبليغه مشروع موازنة المؤسسة وحساباتها الختامية.

(د) النظر فيما يعرضه رئيس مجلس الإدارة وما يحال إليه من مجلس التحرير أو الجمعية العمومية وكذلك ما يطلب المجلس الأعلى للصحافة إبداء الرأي فيه.

(هـ) متابعة نشاط المؤسسة بصورة دورية.

وتسجل محاضر اجتماعات مجلس الإدارة وتدرج في سجل خاص يوقعه رئيس مجلس الإدارة ومن يختاره المجلس من بين أعضائه للإشراف على الأمانة العامة.

ثالثًا- مجالس التحرير:

مادة ٥١- مجلس تحرير الصحيفة هو المجلس الذي يقوم على شئون تحرير الصحيفة في حدود السياسة العامة لها، ويتولى متابعتها بما يحققها في كفاءة كما يقوم على تنفيذها رئيس التحرير ومعاونيه.

مادة ٥٢- يتألف مجلس الصحيفة من رئيس التحرير رئيسًا وممن يلونه في المسئولية عن التحرير طبقًا لقرارات مجلس الإدارة على ألا يقل عددهم عن خمسة.

مادة ٥٣- يختص مجلس التحرير بما يلي:

وضع سياسة التحرير في إطار السياسة العامة التي يقررها مجلس إدارة المؤسسة، ويكون تنفيذ هذه السياسة من اختصاص رئيس التحرير ومعاونيه وتحت إشراف رئيس التحرير.

متابعة تنفيذ سياسة التحرير في اجتماعات دورية.

***

ميثاق الشرف الصحفي

المجلس الأعلى للصحافة

قرار رقم ٤ لسنة ١٩٩٨

إعـمالًا للفقـرة العـاشرة مـن المـادة رقـم (٧٠) مـن القانـون رقـم ٩٦ لسـنة ١٩٩٦ بشـأن تنظيـم الصحافـة والتـي تنـص عـلى أن مـن اختصاصـات المجلـس الأعـلى للصحافـة إصـدار ميثـاق الـشرف الصحفـي الـذي تعـده نقابـة الصحفيـين:

وافـق المجلـس الأعـلى للصحافـة بجلسـته المنعقـدة في ٢٦ / ٣ / ١٩٩٨ عـلى إصـدار ميثـاق الـشرف الصحفـي

- المرفق- الذي أعدته نقابة الصحفيين.

تحريرًا في ٢٦ / ٣ / ١٩٩٨

رئيس المجلس

دكتور/ مصطفى كمال حلمي

ميثاق الشرف الصحفي

الذي وافق المجلس الأعلى للصحافة على إصداره

بتاريخ ٢٦ / ٣ / ١٩٩٨

نحـن الصحفيـون المصريـون أسرة مهنيـة واحـدة، تسـتمد كرامتهـا مـن ارتباطهـا بضمـير الشـعب، وتكتسـب شرفهـا للحقيقـة، وتمسـكها بالقيـم الوطنيـة والأخلاقيـة للمجتمـع المـصري.

وتأكيـدًا لـدور الصحافـة المصريـة الرائـد عـلى امتـداد تاريخنـا الحديـث، في الدفـاع عـن حريـة

الوطـن واسـتقلاله وسـيادته، والـذود عـن حقوقـه ومصالحـه وأهدافـه العليـا، والإسـهام في حمايـة مكتسـبات الشـعب وحرياتـه العامـة، وفي مقدمتهـا حريـة الصحافـة والـرأي والتعبـير والنـشر.

وإيمانًـا منـا، بـأن تعزيـز هـذه الحريـات وصيانتهـا، ضمانـة لا غنـى عنهـا لدفـع المسـار الديمقراطـي، الـذي يتأكـد بـه سـلامة البنـاء الوطنـي، وتتحقـق مـن خلالـه كافـة أشـكال التطـور السـياسي والاقتصـادي والاجتماعـي في بلادنـا.

واتسـاقًا مـع مبـادئ الدسـتور ونصوصـه التـي كفلـت للصحافـة والصحفيـين أداء رسـالتهم بحريـة وفي اسـتقلال، تعبـيرًا عـن اتجاهـات الـرأي العـام في إطـار المقومـات الأساسـية للمجتمـع.

وارتباطًـا بالأهـداف والحقـوق والالتزامـات السـامية، لرسـالة الصحافـة، التـي تضمنتهـا المواثيـق الدوليـة وعـلى وجـه الخصـوص المـادة (١٩) مـن الإعـلان العالمـي لحقـوق الإنسـان واعترافًـا بحـق القـارئ، في صحافـة موضوعيـة، تعكـس بأمانـة وصـدق نبـض الواقـع، وحركـة الأحـداث، وتعـدد الآراء، وتصـون حـق كل مواطـن في التعقيـب عـلى مـا ينـشره الصحفـي وعـدم اسـتغلاله في التشـهير أو الابتـزاز أو الافـتراء أو الإسـاءة الشـخصية.

وإدراكًا منـا، لواجبـات الزمالـة، ومـا تحتمـه مـن علاقـات مهنيـة نزيهـة، تحفـظ لـكل صاحـب حـق حقـه دون ضغـط أو إكـراه أو تمييـز أو تجريـح بـين أفـراد الأسرة الواحـدة رؤسـاء كانـوا أم مرؤوسـين.

نعلـن التزامنـا بهـذا الميثـاق، ونتعهـد باحترامـه وتطبيقـه نصًـا وروحًـا، في كل مـا يتصـل بعلاقتنـا بالآخريـن وفيـما بيننـا.

أولًا- مبادئ عامة:

١. حريـة الصحافـة مـن حريـة الوطـن، والتـزام الصحفيـين بالدفـاع عـن حريـة الصحافـة، واسـتقلالها عـن كل مصـادر الوصايـة والرقابـة والتوجيـه والاحتـواء واجـب وطنـي ومهنـي مقـدس.

٢. الحريـة أسـاس المسـئولية، والصحافـة الحـرة هـي الجديـرة وحدهـا، بحمـل مسـئولية الكلمـة، وعـبء توجيـه الـرأي العـام عـلى أسـس حقيقيـة.

٣. حـق المواطنـين في المعرفـة هـو جوهـر العمـل الصحفـي وغايتـه، وهـو مـا يسـتوجب ضـمان التدفـق الحـر للمعلومـات، وتمكـين الصحفيـين مـن الحصـول عليهـا مـن مصادرهـا، وإسـقاط أي قيـود تحـول دون نشرهـا والتعليـق عليهـا.

٤. الصحافـة رسـالة حـوار ومشـاركة، وعـلى الصحفيـين واجـب المحافظـة عـلى أصـول الحـوار وآدابـه، ومراعـاة حـق القـارئ في التعقيـب والـرد والتصحيـح، وحـق عامـة المواطنـين في حرمـة حياتهـم الخاصـة وكرامتهـم الإنسـانية.

٥. للصحافـة مسـئولية خاصـة تجـاه صيانـة الآداب العامـة وحقـوق الإنسـان والمـرأة، والأسرة والطفولـة والأقليـات، والملكيـة الفكريـة للغـير.

٦. شرف المهنـة وآدابها وأسرارهـا، أمانـة في عنـق الصحفيـين، وعليهـم التقيـد بواجبـات الزمالـة في معالجـة الخلافـات التـي تنشـأ بينهـم أثنـاء العمـل أو بسـببه.

٧. نقابـة الصحفيـين هـي الإطـار الشرعـي الـذي تتوحـد فيـه الصحفيـين دفاعًـا عـن المهنـة وحقوقهـا، وهـي المجـال الطبيعـي لتسـوية المنازعـات بـين أعضائهـا وتأمـين حقوقهـم المشروعـة.

وتضـع النقابـة ضمـن أولوياتهـا العمـل عـلى مراعـاة الالتـزام بتقاليـد المهنـة وآدابهـا ومبادئهـا، وإعـمال ميثـاق الـشرف الصحفـي، ومحاسـبة الخارجـين عليـه طبقًـا للإجـراءات المحـددة المنصـوص عليهـا في قانـون النقابـة وقانـون تنظيـم الصحافـة.

ثانيًا- الالتزامات والحقوق:

يلتزم الصحفي بالواجبات المهنية التالية:

١. الالتـزام فيـما ينـشره بمقتضيـات الـشرف والأمانـة والصـدق بمـا يحفـظ للمجتمـع مثلـه وقيمـه، وبمـا لا ينتهـك حقًـا مـن حقـوق المواطنـين، أو يمـس إحـدى حرياتـه.

٢. الالتـزام بعـدم الانحيـاز في كتاباتـه إلى الدعـوات العنصريـة أو المتعصبـة أو المنطويـة عـلى امتهـان الأديـان أو الدعـوة إلى كراهيتهـا، أو الطعـن في إيمـان الآخريـن، أو تلـك الداعيـة إلى التمييـز أو الاحتقـار لأي مـن طوائـف المجتمـع.

٣. الالتـزام بعـدم نـشر الوقائـع مشـوهة أو مبتـورة، وعـدم تصويرهـا أو اختلاقهـا عـلى نحـو غـير أمـين.

٤. الالتـزام بتحـري الدقـة في توثيـق المعلومـات، ونسـبة الأقـوال والأفعـال إلى مصـادر معلومـة كلـما كان ذلـك متاحًـا أو ممكنًـا طبقًـا للأصـول المهنيـة السـليمة التـي تراعـي حسـن النيـة.

٥. الالتـزام بعـدم اسـتخدام وسـائل النـشر الصحفـي في اتهـام المواطنـين بغـير سـند، أو في اسـتغلال حياتهـم الخاصـة للتشـهير بهـم أو تشـويه سـمعتهم أو لتحقيـق منافـع شـخصية مـن أي نـوع.

٦. كل خطـأ في نـشر المعلومـات يلتـزم نـاشره بتصحيحـه فـور اطلاعـه عـلى الحقيقـة وحـق الـرد والتصحيـح مكفـول لـكل مـن يتناولهـم الصحفـي، عـلى ألا يتجـاوز ذلـك الـرد أو التصحيـح حـدود الموضـوع، وألا ينطـوي عـلى جريمـة يعاقـب عليهـا القانـون، أو مخالفـة للآداب العامـة، مـع الاعـتراف بحـق الصحفـي في التعقيـب.

٧. لا يجـوز للصحفـي العمـل في جلـب الإعلانـات أو تحريرهـا، ولا يجـوز لـه الحصـول

على أي مكافأة أو ميزة مباشرة أو غير مباشرة عن مراجعة أو تحرير نشر الإعلانات، وليس له أن يوقع باسمه مادة إعلانية.

٨. لا يجوز نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة، أو مع رسالة الصحافة، ويلتزم المسئولون عن النشر بالفصل الواضح بين المواد التحريرية والإعلانية، وعدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دوليًا للمساحة الإعلانية في الصحيفة على حساب المادة التحريرية.

٩. يحظر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على هبات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية أومحلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

١٠. يمتنع الصحفي عن تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة في الدعاوى الجنائية أو المدنية، بطريقة تستهدف التأثير على صالح التحقيق أو سير المحاكمة، ويلتزم الصحفي بعدم إبراز أخبار الجريمة وعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرائم الأحداث.

١١. احترام حق المؤلف واجب عند اقتباس أي أثر من آثاره ونشره.

١٢. الصحفيون مسئولون مسئولية فردية وجماعية رؤساء كانوا أو مرؤوسين عن الحفاظ على كرامة المهنة وأسرارها ومصداقيتها، وهم ملتزمون بعدم التستر على الذين يسيئون إلى المهنة أو الذين يخضعون أقلامهم للمنفعة الشخصية.

١٣. يمتنع الصحفيون في علاقاتهم عن كافة أشكال التجريح الشخصي، والإساءة المادية أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم، أو مخالفة الضمير المهني.

١٤. يلتزم الصحفيون بواجب التضامن دفاعًا عن مصالحهم المهنية المشروعة، وعما تقرره لهم القوانين من حقوق ومكتسبات.

ويتمسك الصحفي بما يلي من حقوق باعتبارها التزامات واجبة الاحترام من الأطراف الأخرى تجاهه:

١. لا يجوز أن يكون الرأي الذي يصدر عن الصحفي أو المعلومات الصحيحة التي ينشرها سببًا للمساس بأمنه كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر معلوماته وذلك كله في حدود القانون.

٢. لا يجوز تهديد الصحفي، أو ابتزازه بأي طريقة، في سبيل نشر ما يتعارض مع ضميره المهني، أو لتحقيق مآرب خاصة بأي جهة أو لأي شخص.

٣. للصحفي الحق في الحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها والحق في تلقي الإجابة عما يستفسر عنه من معلومات وإحصائيات وأخبار وحقه في الاطلاع على كافة الوثائق الرسمية غير المحظورة.

٤. لا يجوز حرمان الصحفي من أداء عمله أو من الكتابة دون وجه حق، أو نقله إلى عمل غير صحفي، أو داخل المنشأة الصحفية التي يعمل بها، بما يؤثر على أي من حقوقه المادية والأدبية المكتسبة.

٥. لا يجوز منع الصحفي من حضور الاجتماعات العامة والجلسات المفتوحة ما لم تكن مغلقة أو سرية بحكم القانون.

٦. عدم التسامح في جريمة إهانة الصحفي أو الاعتداء عليه بسبب عمله، باعتبارها عدوانًا على حرية الصحافة وحق المواطنين في المعرفة.

٧. ضمان أمن الصحفي وتوفير الحماية اللازمة له أثناء قيامه بعمله في مواقع الأحداث ومناطق الكوارث والحروب.

٨. حق الكشف عن الذين يدخلون على الصحفي الغش في الأنباء والمعلومات، ومن ينكرون ما أدلوا به ليتحملوا المسئولية عن ذلك.

ثالثًا - إجراءات تنفيذية:

انطلاقًا من الإدارة الحرة التي أملت على الصحفيين المصريين إصدار ميثاق للشرف الصحفي، ووفاء وتمسكًا منهم بكل ما يرتبه من التزامات وحقوق متكافئة- نتعهد باعتبار أحكام هذا الميثاق بمثابة دستور أخلاقي للأداء الصحفي والسلوك المهني المسئول.

وتنفيذًا لكل ذلك نقرر:

١- كل مخالفة لأحكام هذا الميثاق تعد انتهاكًا لشرف مهنة الصحافة وإخلالًا بالواجبات المنصوص عليها في قانون نقابة الصحفيين رقم ٧٦ لسنة ١٩٠ وقانون تنظيم الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦.

٢- يتولى مجلس نقابة الصحفيين النظر في الشكاوى التي ترد إليه بشأن مخالفة الصحفيين لميثاق الشرف الصحفي أو الواجبات المنصوص عليها في قانون النقابة أو قانون تنظيم الصحافة ويطبق في شأنها الإجراءات والأحكام الخاصة بالتأديب المنصوص عليها في المواد (من ٧٥ إلى ٨ من قانون النقابة).

٣- يحيل نقيب الصحفيين بعد العرض على مجلس النقابة الصحفي الذي ينسب إليه مخالفة تأديبية إلى لجنة التحقيق المنصوص عليها في المادة (٨٠) من قانون النقابة بتشكيلها الوارد في المادة (٣٦) من قانون تنظيم الصحافة على أن تنتهي اللجنة من إجراء التحقيق خلال ثلاثين يومًا ولها أن تستأذن مجلس النقابة إذا رأت حاجة التحقيق إلى مدة أطول.

٤- تتشكل هيئة التأديب الابتدائية على النحو الوارد بالمادة (٣٧) من قانون تنظيم الصحافة ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمامها إلى من تتوافر في حقه أدلة كافية على ارتكاب المخالفة.

٥- للهيئـة التأديبيـة الابتدائيـة أن توقـع عـلى مـن تثبـت مخالفتـه لأحـكام القانـون أو ميثـاق الـشرف الصحفـي إحـدى العقوبـات التأديبيـة التاليـة:

(أ) الإنذار.

(ب) الغرامة.

(ج) المنع من مزاولة المهنة مدة لا تتجاوز سنة.

(د) شطب الاسم من جدول النقابة.

٦- تسـتأنف قـرارات هيئـة التأديـب الابتدائيـة أمـام هيئـة التأديـب الاسـتئنافية المنصـوص عليهـا في المادة (٨٢) مـن قانـون النقابـة ويرفـع الاستئناف خـلال ١٥ يومًـا مـن تاريـخ إبـلاغ الصحفـي بقـرار هيئـة التأديـب الابتدائيـة.

٧- يلتـزم مجلـس نقابـة الصحفيـين بتسـليم جميـع أعضـاء النقابـة المقيديـن بجـدولي المشـتغلين وتحـت التمريـن صـورة مـن الميثـاق كـما يلتـزم بتسـليم صـورة منـه إلى كل مـن تقبـل أوراق قيـده مسـتقبلًا في النقابـة.

***

ميثاق شرف الإعلان الصحفي

الذي وافق عليه المجلس الأعلى للصحافة ٢٤-٤-٢٠٠٥م

إن هـذا الميثـاق يمثـل الضوابـط المهنيـة والأخلاقيـة للإعـلان الصحفـي وينبـع التـزام ذاتي مـن أصحاب المهنة على أن يتمسك القائمون على شئون النشر الصحفي بهذا الميثاق نصًا وروحًا لحماية المواطنين من صور الإثارة والغش والتضليل في الإعلام.

الضوابط:

١. يراعى عدم نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع وأسسه ومبادئه أو الوحدة الوطنية أو آدابه العامة أو مع رسالة الصحافة وأهدافها كما يجب مراعاة ألا يكون الإعلان خادعًا أو غير صادق وألا ينطوي على المساس بمشاعر الأفراد أو خدش لحياتهم سواء من حيث مضمونه أو طريقة عرضه، وتخضع الإعلانات الأجنبية لذات الضوابط.

٢. خضوع نشر الإعلان كأصل عام ذات القواعد المهنية التي تسري على المواد التحريرية كما يحددها الدستور والقانون وميثاق الشرف الصحفي.

٣. عدم الخلط بين المواد الإعلانية والتحريرية ومراعاة التمييز الواضح بين الإعلان والتحرير وأن يكون ذلك برموز واضحة أو مسميات مباشرة.

٤. ألا يقوم الصحفيون بمهمة جلب الإعلان أو أن يحصلوا على أية مزايا مباشرة أو غير مباشرة عن نشر الإعلانات بأية صفة.

٥. عدم تعارض المادة الإعلانية مع مقتضيات المنافسة المشروعة وحماية المستهلك وحقوق المواطنين.

٦. في حالة عدم إشارة الإعلان إلى أكثر من منتج أو أكثر من شكل للمنتج الواحد

يجب أن يكون واضحًا أي منتج أو شكل يرجع إليه السعر المنوه عنه في الإعلان وذلك في إطار العرض الصادق للأسعار.

٧. إذا كان الإعلان عن المنتج مزودًا بالرسم التوضيحي بالإضافة إلى كتابة سعره يجب تضمين الإعلان أن ما هو موضح به يمكن شراؤه بالسعر المعلن.

٨. عند الإشارة في الإعلان صراحة أو ضمنًا إلى مزايا عن المنتجات الأخرى يجب توخي الدقة في البيانات والمعلومات بالإضافة إلى عدم تعمد إلحاق الضرر بالمنتجات الأخرى بالاستناد إلى عناصر غير موضوعية أو مزعومة.

٩. يجب أن يكون الإعلان المتعلق بوجود ضمانات للخدمة أو السلعة صريحًا وواضحًا ويتضمن معلومات كافية للإفصاح عنها.

١٠. يجب ألا يعرض الإعلان استخدامات غير آمنة للمنتجات المعلن عنها بدعوى أن المنتج غير تقليدي أو لاستغلال حب استطلاع القارئ، كما يجب ألا تحتوي الإعلانات على أي شيء يمكن أن يسيء إلى المستهلكين من الناحية البدنية أو العقلية أو الخلقية.

١١. يجب ألا يسيء الإعلان استخدام الطفل أو استغلال براءته أو قلة خبرته أو تأثره السريع بالمادة الإعلانية.

١٢. يجب ألا يسيء الإعلان إلى المرأة أو إظهارها بصورة تقلل من شأنها.

١٣. الالتزام بعدم نشر إعلان عن السجائر ومنتجات التبغ والخمور.

١٤. الالتزام بعدم نشر أية إعلانات عن المواد الغذائية والمستحضرات الطبية والمكملات الغذائية ومستحضرات التجميل والمؤسسات العلاجية أو ما يشابهها إلا بعد تقديم المعلن ما يفيد الحصول على تصريح من وزارتي الصحة والتموين.

١٥. يراعى عدم الإعلان عن أية مواد إعلانية يمكن أن تؤدي إلى الإضرار بالبيئة.

١٦. يراعى عدم الإعلان عن أية جاهزة تنتهك خصوصية المواطن وتخترقها.

١٧. يجـب عـدم نـشر إعلانـات مـن شـأنها تسـهيل الاسـتيلاء عـلى أمـوال المواطنـين مثـل الإعـلان عـن توظيـف الأمـوال، كـما يجـب عـدم نـشر إعلانـات عـن المشروعـات الإسـكانية والعقاريـة وغيرهـا مـن المشروعـات وكذلـك مؤسسـات توظيـف العمالـة في الداخـل والخـارج إلا بعـد الإشـارة إلى موافقـات وتراخيـص الجهـات الرسـمية المعنيـة.

١٨. يجـب التقيـد بالأحـكام القانونيـة التـي تقـضي بحظـر الإعـلان عـن سـلعة أو خدمـة معينـة أو تضـع شروطًـا لهـذا الإعـلان.

١٩. يجب أن يراعى في الإعلان الالتزام باحترام قواعد اللغة العربية وعدم الهبوط بأساليبها.

٢٠. يتابـع المجلـس الأعـلى للصحافـة التـزام الصحـف بهـذه الضوابـط وتتـولى نقابـة الصحفيـين متابعـة التـزام الصحفيـين بهـا كـما تتـولى الجهتـان مسـاءلة كل مـن يخـرج عـلى هـذه الضوابـط في إطـار اختصـاص كل منهـما.

***

إعلان صادر عن المجلس الأعلى للصحافة

في شأن مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية (١٩-٧-٢٠٠٥م)

إن المجلس الأعلى للصحافة باعتباره هيئة مستقلة، تقوم على شئون الصحافة بما يحقق حريتها واستقلالها وقيامها بممارسة سلطانها في إطار المقومات الأساسية للمجتمع، وبما يضم في عضويته من القيادات التي تمثل جميع أطياف الصحافة المصرية، بالإضافة إلى شخصيات عامة تعبر عن مختلف اتجاهات الرأي العام، يؤكد حق المواطنين في صحافة وطنية حرة تكفل تعدد الآراء وتدفق المعلومات الصحيحة والدقيقة التي يجب توافرها عن المرشحين من خلال عرض برامجهم المختلفة دون تقييد أو حظر طالما هي متفقة مع الدستور والقانون.

وانطلاقًا من التعديل الدستوري الذي يكفل انتخاب رئيس الجمهورية بالاقتراع السري المباشر بين أكثر من مرشح -وهو الأمر الذي يفرض واقعًا جديدًا على الصحافة المصرية، ويعكس آثاره على مختلف جوانب العمل الإعلامي لهذه الانتخابات الرئاسية غير المسبوقة- فقد استشعر المجلس الأعلى للصحافة ضرورة أن يصدر عنه إعلان يدعو فيه الجماعة الصحفية إلي الاتفاق على مجموعة من المبادئ التي تضمن سلامة الأداء في المجتمع المصري، والتزامًا بما جاء في الدستور بشأن سلطة الصحافة، وتأكيدًا للدور الرائد للصحافة المصرية في حماية الحريات العامة وفي مقدمتها حرية الصحافة والرأي والتعبير والنشر تمسكًا بما جاء في الدستور وقانون تنظيم الصحافة، وإدراكًا من المجلس الأعلى للصحافة لحق المواطنين في معالجة صحفية موضوعية للانتخابات الرئاسية، تعكس بصدق وتجرد تعدد الآراء وتنوع الاتجاهات مع الالتزام بأخلاقيات الصحافة وآدابها وحريتها المسئولة في خدمة المجتمع من أجل أن تتحقق الحيدة، وتثبت أركان الممارسة وقيم العدل في انتخابات هي الأولى في تاريخ الوطن.

مـن أجـل ذلـك رأى المجلـس الأعـلى للصحافـة إصـدار هـذا الإعـلان تأكيـدًا عـلى الالتـزام الـذاتي مـن قبـل الأسرة الصحفيـة بميثـاق الـشرف الصحفـي الـذي ارتضتـه تعبـيرًا وتمسـكًا وإعـلاءً لقيـم أصليـة أكـد عليهـا الدسـتور الـذي وضـع الصحافـة في المـكان اللائـق باعتبارهـا تمثـل سـلطة الشـعب، فذلـك كلـه يفـرض الالتـزام بالمبـادئ الآتيـة:

أولًا: الحـرص عـلى تحقيـق أكـبر قـدر مـن الموضوعيـة في التغطيـة الصحفيـة بـين المرشـحين لمنصـب الرئاسـة مـع الالتـزام الأدبي بتخصيـص مسـاحات لتغطيـة البرامـج والمؤتمـرات لكافـة المرشـحين، إلى جانـب الالتـزام بتطبيـق حـق الـرد والتصحيـح تطبيقًـا لأحـكام القانـون، وعـدم تأخـير نـشر التصحيـح بمـا يـضر بمصلحـة المرشـحين.

ثانيًـا: الالتـزام بنـشر الأخبـار الصحيحـة حـول الانتخابـات وعـدم الطعـن في سـلوك أحـد المرشـحين بقصـد التأثـير في نتيجـة الانتخابـات.

ثالثًـا: الالتـزام بالمحافظـة عـلى الوحـدة الوطنيـة والامتنـاع عـن اسـتخدام الشـعارات الدينيـة وعـدم الترويـج لاسـتخدام العنـف أو التهديـد باسـتخدامه في العمليـة الانتخابيـة.

رابعًـا: عـدم اسـتغلال اسـتطلاعات الـرأي العـام حـول الانتخابـات في التأثـير عـلى المواطنـين، والالتـزام بمـا ورد بشـأن هـذه الاسـتطلاعات في المـادة ٢٣ مـن القانـون رقـم ١٧٤ لسـنة ٢٠٠٥ الخـاص بتنظيـم الانتخابـات الرئاسـية

خامسًـا: مراعـاة الصـدق والدقـة فيـما يقـدم مـن مـواد وتقاريـر صحفيـة عـن الانتخابـات.. وتوخـي الإنصـاف والتـوازن وتجنـب التحريـف أو التشـويه أو ذكـر أنصـاف الحقائـق في التغطيـة الصحفيـة الانتخابيـة.

سادسًـا: التمييـز بـين المـادة الإعلانيـة والمـادة التحريريـة في الإعـلان الصحفـي عـن الانتخابـات، وذلـك برمـوز واضحـة أو بمسـميات مبـاشرة خاصـة في الإعلانـات التحريريـة... عـلى ألا يتضمـن الإعـلان أيـة إسـاءة إلى المرشـحين الآخريـن والتأكيـد عـلى امتنـاع الصحفـي عـن جلـب الإعلانـات بصفـة عامـة والإعلانـات المتعلقـة بالانتخابـات بصفـة خاصـة.

سابعًا: التمييز بوضوح بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي أو استنتاجات، وذلك التزامًا بالتقاليد الصحفية التي تمنع خلط الرأي بالخبر.

ثامنًا: التأكيد على حق الصحفي في الحصول على المعلومات عن العملية الانتخابية، وعدم وضع أية قيود أو عوائق تحول دون تأدية الصحفي عمله في تغطية الأنشطة الانتخابية لأي من المرشحين.

تاسعًا: تأكيد الاحترام المتبادل بين الزملاء الصحفيين، برغم اختلاف مواقفهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، والارتقاء بلغة الحوار والامتناع عن استخدام أية أساليب تؤدى إلى تشويه صورة الأسرة الصحفية أمام أبناء الوطن.

***

قرار مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون رقم ٦٠٤ لسنة ٢٠٠٥م

بشأن المبادئ والمعايير الموحدة للمعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية

للإعلام المرئي والمسموع

(١٤-٨-٢٠٠٥)

أ- الضوابط والمعايير:

أولًا: التعريف بمرشحي الرئاسة وبرامجهم بشكل عادل ومتساوٍ بحيدة كاملة.

ثانيًا: القيام بدور نشط في التثقيف السياسي والانتخابي بما يحقق المشاركة الإيجابية الواعية في الانتخابات.

ثالثًا: عدم السماح لجماعات الضغط - باختلاف إمكانياتها وأنشطتها- بالتأثير في التغطية الإعلامية للانتخابات بما يخل بمبدأ تكافؤ الفرص.

رابعًا: عدم السماح بإذاعة ما يمس سمعة المرشحين أو ينتهك حرمة حياتهم الخاصة.

خامسًا: التأكيد على احترام الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

سادسًا: التمييز بين ما يتيحه حق إبداء الرأي وبين الأخبار المدققة والتي تنسب إلى مصادرها.

سابعًا: التمييز بين الإعلام والإعلان، والحرص على تحقيق الشفافية والعدالة بين المرشحين في المواد الإعلانية مدفوعة الأجر.

ثامنًا: الالتزام بالمواعيد المحددة للحملة الانتخابية في إطار القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ للدعاية الانتخابية في الإذاعة والتليفزيون.

تاسعًا: تقديم المعلومات الكاملة (عند إذاعة استطلاعات الرأي الخاصة بانتخابات الرئاسة) عن الجهة التي قامت بالاستطلاع والجهة التي تموله، والأسئلة التي اشتمل عليها، وحجم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائه، وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه.

عاشرًا: إعلام جميع المرشحين بهذه المبادئ والمعايير للالتزام بها.

حادي عشر: تشكيل لجنة لرصد كل ما يذاع في فترة الانتخابات لتقييم التغطية الإعلامية والتأكد من مراعاتها للمبادئ والضوابط والمعايير المنصوص عليها وتصحيح أية مخالفات.

ب- المبادئ التي تحكم الخريطة البرامجية أثناء الانتخابات:

أولًا: ضمان الحيدة والشفافية في الخريطة البرامجية في الإذاعة والتليفزيون بحيث لا يتم تقديم مواد في القنوات والإذاعات المختلفة يمكن أن تمثل دعاية انتخابية أو سلبية، مباشرة أو غير مباشرة كالأفلام والمسرحيات والأغاني وغيرها.

***

تقرير الممارسة الصحفية حول التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية (٢٠٠٥)

إعداد: لجنة تقرير الممارسة الصحفية (٢٠٠٥م)

استهدفت هذه التقارير رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية، وكذلك استخلاص المؤشرات والنتائج التي أسفر عنها تطبيق إعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة بجلسته بتاريخ ١٩-٧-٢٠٠٥ والذي يعد إدراكًا من المجلس الأعلى للصحافة بحق المواطنين في معالجة صحفية موضوعية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

وقد ضم الإعلان المبادئ التسعة التالية:

١. الحرص على تحقيق أكبر قدر من الموضوعية في التغطية الصحفية بين المرشحين لمنصب الرئاسة مع الالتزام الأدبي بتخصيص مساحات لتغطية البرامج والمؤتمرات لكافة المرشحين، إلى جانب الالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح تطبيقًا لأحكام القانون، وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين.

٢. الالتزام بنشر الأخبار الصحيحة حول الانتخابات وعدم الطعن في سلوك أحد المرشحين بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات.

٣. الالتزام بالمحافظة على الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية.

٤. عدم استغلال استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات في التأثير على المواطنين، والالتزام بما ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة ٢٣ من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية.

٥. مراعاة الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير صحفية عن الانتخابات.. وتوخي الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق في التغطية الصحفية الانتخابية.

٦. التمييز بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية في الإعلان الصحفي عن الانتخابات، وذلك برموز واضحة أو بمسميات مباشرة خاصة في الإعلانات التحريرية... على ألا يتضمن الإعلان أية إساءة إلى المرشحين الآخرين والتأكيد على امتناع الصحفي عن جلب الإعلانات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة.

٧. التمييز بوضوح بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي أو استنتاجات، وذلك التزامًا بالتقاليد الصحفية التي تمنع خلط الرأي بالخبر.

٨. التأكيد على حق الصحفي في الحصول على المعلومات عن العملية الانتخابية، وعدم وضع أية قيود أو عوائق تحول دون تأدية الصحفي عمله في تغطية الأنشطة الانتخابية لأي من المرشحين.

٩. تأكيد الاحترام المتبادل بين الزملاء الصحفيين، برغم اختلاف مواقفهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، والارتقاء بلغة الحوار والامتناع عن استخدام أية أساليب تؤدي إلي تشويه صورة الأسرة الصحفية أمام أبناء الوطن.

في شأن مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية وهي فئات التحليل الآتية:

١. مراعاة الموضوعية من حيث إفراد مساحة متكافئة للمرشحين من حيث: مساحة المادة الصحفية، حجم عنوان المادة، مساحة الصور المرافقة للمادة، استخدام الألوان في العناوين والصور للمواد الصحفية: الأخبار، التحقيقات، الأحاديث الصحفية، المقالات (الافتتاحية – التحليل – الأعمدة الصحفية)، الكاريكاتير.

٢. نشر الأخبار الصحيحة وقيام الصحيفة من تلقاء نفسها بتصحيح بعض أو كل المواد الصحفية المنشورة.

٣. مراعـاة الآداب العامـة والـذوق العـام مـن حيـث: عـدم الطعـن في أحـد المرشـحين أو نـشر صـور أو ألفـاظ غـير لائقـة.

٤. احترام الحياة الخاصة للمرشحين.

٥. الحفـاظ عـلى الوحـدة الوطنيـة بعـدم نـشر مـا يتضمـن تحريضًـا أو يمـس النسـيج الوطنـي وتماسـكه.

٦. الالتزام بعدم استخدام الشعارات الدينية.

٧. عدم الترويج للعنف أو التهديد به.

٨. مراعاة الدقة من حيث: اكتمال عناصر الخبر، استخدام الأرقام دون ذكر مصادرها.

٩. مراعاة عدم تعمد التحريف والتشويه.

١٠. تمييز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية.

١١. مراعاة عدم استخدام الإعلان من أجل الإساءة لأحد المرشحين.

١٢. مراعاة عدم نشر أخبار مجهولة دون تحديد أسماء الفاعلين داخل النص الصحفي.

١٣. احترام حقوق الزمالة.

١٤. حـق الصحفـي في الحصـول عـلى المعلومـات مـن خـلال رصـد أيـة مشـاكل تذكرهـا الصحـف في هـذا الشـأن.

١٥. مراعاة ضوابط نشر استطلاعات الرأي كما وردت في قانون الانتخابات الرئاسية.

وقد قامت مجموعة العمل بلجنة تقرير الممارسة الصحفية برصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية اعتبارًا من يوم ١٧ أغسطس ٢٠٠٥م واستمرت ثلاثة أسابيع حتى نهاية يوم الأحد ٤ سبتمبر ٢٠٠٥م، وأعدت ثلاثة تقارير يغطي كل واحد منها أسبوعًا من الأسابيع الثلاثة التي استغرقتها التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية، أما تغطية الممارسة الصحفية للانتخابات البرلمانية فقد تم تنفيذها من خلال التقارير الشهرية التي تعدها لجنة تقرير الممارسة الصحفية.

وبشكل عام كشفت تقارير الممارسة الصحفية بعض المؤشرات التالية حول الممارسة الصحفية في كل من الانتخابات الرئاسية والبرلمانية:

أولًا: الممارسة الصحفية للانتخابات الرئاسية:

١- إن الممارسة الصحفية قد مثلت استجابة ناضجة ومشجعة فيما يتعلق بالتعامل مع الحدث الانتخابي، وقد مثلت عملية الخروج عن قواعد الممارسة الصحفية المهنية الموضوعية الاستثناءات في هذا الصدد، فبينما سعت كل صحيفة وفق توجيهاتها إلى مناقشة وتحليل وطرح جوانب وأبعاد تخص الحدث وأطرافه، وبرغم ما ظلل هذه المعالجة من حدة في النقد أو الموالاة أحيانًا لهذا المرشح أو ذاك، فإن حالات الخروج عن قواعد الممارسة الصحفية السليمة مثلت دومًا الاستثناء ودليل ذلك محدودية عدد الملاحظات التي تم رصدها في عموم الصحف المصرية.

وهذا الأمر مرجعه في رأينا أمران: أولهما موضوعية مؤشرات التحليل التي لم تنسق في اتجاه إدانة هذه الصحيفة أو تلك، فضلًا عن جدية والتزام غالبية عناصر المنظومة الصحفية من واقع الإحساس بالمسئولية، وهذا الأمر يدفعنا نحو مزيد من الأمل في أن تنتعش الحالة الموضوعية للمعالجات الصحفية وأن تمثل نمطًا مستقرًا.

٢- يلفـت الانتبـاه نـدرة الملاحظـات المتعلقـة بعـدم الطعـن في أحـد المرشـحين واحـترام الحيـاة الخاصـة لهـم، وهـي إيجابيـة خاصـة عندمـا نقارنهـا بمـا كان يتوقعـه الكثـيرون مـن تخـوف أن توغـل الصحـف في هـذا الاتجـاه السـلبي، سـيما أن الفـترة التـي سـبقت الحملـة الانتخابيـة شـهدت تراشـقًا وتلاسـنًا عنيفًـا بـين عـدد مـن الكتـاب والصحفيـين رافـق التغيـيرات الصحفيـة الأخـيرة في المؤسسـات الصحفيـة القوميـة.

٣- يلاحـظ عـدم التـوازن في المسـاحات المخصصـة للنـشر عـن المرشـحين وبالـذات في الصحـف القوميـة، وهـي ظاهـرة كانـت متوقعـة، وحـدث مـا توقعـه البعـض ولكـن جـاء بنسـبة أقـل كثـيرًا مـن هـذا التوقيـع، وبرغـم أن ذلـك لا ينفـي ظاهـرة التحيـز في المسـاحة وهـو مـا أثبتنـاه بالتفصيـل في التقريـر سـواء بالنسـبة للصحـف القوميـة أو الحزبيـة أو الخاصـة، إلا أن هنـاك أمـلًا في أن تتطـور الممارسـة في المسـتقبل بحيـث تتراجـع نسـبة عـدم التـوازن في المسـاحة إلى أقـل حيـز ممكـن.

٤- تكشـف التقاريـر الأسـبوعية الثلاثـة عـن مفاجـأة حقيقيـة وهـي قلـة الملاحظـات المتعلقـة بالخلـط بـين التحريـر والإعـلان، وهـي مفاجـأة إذا مـا اسـترجعنا نتائـج كافـة تقاريـر الممارسـة الصحفيـة منـذ بـدأ إعدادهـا منـذ شـهر مـارس عـام ١٩٩٨م وحتـى الآن، حيـث شـكلت الملاحظـات الخاصـة بالخلـط بـين التحريـر والإعـلان أكـثر مـن نصـف الملاحظـات الشـهرية عـلى الممارسـة الصحفيـة بـكل التقاريـر.

بمعنى أن الالتزام بين التحرير والإعلان ممكن، وفي جميع أطياف الصحف المصرية.

٥- يلاحـظ التوسـع في عمليـة توظيـف اسـتطلاعات الـرأي داخـل الصحافـة المصريـة وعلينـا أن نقـول أن هـذا الأمـر كمبـدأ أو قاعـدة معرفيـة محمـود وجديـر بالاحتفـاء بـه لكـن وفـق شروط تقلـل مـن انحيـاز هـذا المضمـون والانحـراف بـه عـن أغراضـه الفعليـة.

إذ يبـدو أن احتفـاء الصحافـة بلغـة الأرقـام واقتنـاع القائمـين عليهـا بأنهـا أحـد عنـاصر

مصداقيـة المضمـون المقـدم إلى القـراء دفعهـم للتوسـع في اسـتخدام اسـتطلاعات الـرأي لكـن دون شروطهـا المعرفيـة والعمليـة المرافقـة لهـا والتـي تمثـل ضوابـط حاكمـة لمـا تسـفر عنـه مـن نتائـج تمنحهـا طابـع الموضوعيـة.

٦- تلفـت الانتبـاه قلـة الملاحظـات المتعلقـة بالضوابـط الخاصـة بالمحافظـة على الوحـدة الوطنيـة والامتناع عـن اسـتخدام الشـعارات الدينيـة وعـدم الترويـج لاسـتخدام العنـف أو التهديـد باسـتخدامه في العمليـة الانتخابيـة، والالتـزام بتطبيـق حـق الـرد والتصحيـح وعـدم تأخـير نـشر التصحيـح بمـا يـضر بمصلحـة المرشـحين، ومـما يؤكـد هـذا الالتـزام الأخـير عـدم ورود أيـة شـكاوى للمجلـس الأعـلى للصحافـة بعـدم تطبيـق حـق الـرد كـما أنـه لم ترفـع أيـة دعـاوى قضائيـة في هـذا الشـأن.

٧- إن المـؤشرات التـي أسـفر عنهـا تطبيـق ضوابـط التغطيـة الصحفيـة للانتخابـات الرئاسـية يجـب النظـر إليهـا في سـياق يعـترف بـأن هـذه الانتخابـات الرئاسـية هـي أول انتخابـات تعدديـة عـلى هـذا المسـتوى في مـصر، وقـد مثلـت واقعًـا جديـدًا في الممارسـة السياسـية وبالتـالي فهـي تمثـل أيضًـا واقعًـا جديـدًا في الممارسـة الصحفيـة، ولم يسـبق أن وجـدت أنمـاط سـابقة لهـذه الممارسـة أو قواعـد مهنيـة مسـتقرة ترشـد الأداء الصحفـي وتوجهـه، وكان لغيـاب هـذه الأنمـاط والقواعـد المهنيـة أثـرًا واضحًـا عـلى ظهـور العديـد مـن الممارسـات السـلبية التـي سـبقت الإشـارة إليهـا، ولم تخـل منهـا صحيفـة مصريـة سـواء كانـت قوميـة أو حزبيـة أو خاصـة.

ومـــن المهـــم الانتبـــاه إلى أن التغطيـــة الصحفيـــة للانتخابـــات الرئاســـية اصطدمـــت بأنمـــاط وأســـاليب أداء مســـتقرة للصحافـــة شـــكلت تراثًـــا يصعـــب تجاهلـــه وتمثـــل في ارتبـــاط الصحـــف القوميـــة، نتيجـــة نمـــط الملكيـــة بالتوجيهـــات الرســـمية، وتمثـــل في النظـــر إلي الصحـــف الحزبيـــة باعتبارهـــا أداة للدعايـــة السياســـية للحـــزب الـــذي تصـــدر عنـــه، إضافـــة إلي حداثـــة تجربـــة الصحافـــة الخاصـــة في محاولـــة صنـــع صحافـــة مســـتقلة، وذلـــك كلـــه يعـــوق عمليـــة إحـــداث تغيـــير

جـذري وفـوري في أسـلوب تعامـل الصحـف المصريـة مـع مثـل هـذه الانتخابـات الرئاسـية التعدديـة، فالأمـر يحتـاج إلي صـبر ووقـت ورغبـة جديـة في تطويـر الصحافـة المصريـة.

ثانيًا: الممارسة الصحفية للانتخابات البرلمانية:

١- مـازال الاتصـال المبـاشر هـو النمـط السـائد في الدعايـة الانتخابيـة للانتخابـات البرلمانيـة، وهـو تقليـد اسـتمر منـذ قيـام ثـورة ٢٣ يوليـو ١٩٥٢م حيـث ظلـت الانتخابـات البرلمانيـة تعتمـد في الأسـاس عـلى الاتصـال المبـاشر، فقـد كان جميـع المرشـحين ينتمـون في الغالـب إلى التنظيـم السـياسي الواحـد سـواء كان الاتحـاد القومـي أو الاتحـاد الاشـتراكي، وكان دور الصحافـة يقتـصر عـلى متابعـة الحـدث الانتخـابي نفسـه أو الترويـج للعمليـة الانتخابيـة.

وبعـد عـودة الأحـزاب في نهايـة السـبعينات مـن القـرن المـاضي وصـدور العديـد مـن الصحـف الحزبيـة، بـدأت الصحافـة الحزبيـة تلعـب دورًا أخـذ يتزايـد بالتدريـج في الانتخابـات البرلمانيـة مـع تنامـي دور الأحـزاب في الحيـاة السياسـية بشـكل عـام وفي الانتخابـات البرلمانيـة بشـكل خـاص.

وفي السـنوات الأخـيرة تراجـع دور الصحافـة الحزبيـة في التأثـير عـلى الانتخابـات البرلمانيـة كنتيجـة طبيعيـة لضآلـة التمثيـل الحـزبي في البرلمـان، بحيـث وجـدت أحـزاب لم تنجـح في إيصـال ممثلـين عنهـا إلى البرلمـان، وفي كثـير مـن الأحيـان تفـوق دور بعـض الصحـف الحزبيـة عـلى الأحـزاب التـي تمثلهـا حتـى وصـل الأمـر إلى القـول بـأن الأحـزاب في مـصر مجـرد ظاهـرة صحفيـة، وتقـدم لنـا نتائـج الانتخابـات البرلمانيـة الأخـيرة أكـبر دليـل عـلى ذلـك.

٢- ظهـر التحيـز واضحًـا مـن جانـب غالبيـة الصحـف القوميـة والخاصـة وقـد تمثـل ذلـك في إبـراز النشـاطات الانتخابيـة لبعـض المرشـحين وتجاهـل نشـاطات الآخريـن.

٣- لم تـراع العديـد مـن الصحـف القوميـة والحزبيـة والخاصـة مبـادئ احـترام الخصوصيـة وعـدم الطعـن في سـلوك المرشـحين أو أخلاقهـم، كـما لم يلتـزم بعضهـا بعـدم اسـتخدام الألفـاظ غـير اللائقـة.

٤- شاركت العديد من الصحف القومية والحزبية والخاصة في تبادل الاتهامات بالترويج للعنف والبلطجة واستخدام الشعارات الدينية وتعريض الوحدة الوطنية للخطر، وهو الأمر الذي يؤكد غياب الالتزام بمبدأ عدم الترويج للعنف أو التهديد به وغياب الالتزام بعدم استخدام الشعارات الدينية وعدم نشر ما يتضمن تحريضًا أو يمس النسيج الوطني وتماسكه.

٥- لم يتم احترام مبدأ عدم الخلط بين الإعلام والإعلان، فقد نشرت معظم الصحف القومية الحزبية والخاصة إعلانات تحريرية عن بعض المرشحين دون أن ترافقها رموز تبين أنها إعلانات مدفوعة الثمن.

توصيات:

١- دراسة وضع الآليات المناسبة لإيجاد توازن بين حرية الصحفيين ومسئولياتهم وبما يتفق مع أحكام الدستور والقانون.

٢- أن يستمر المجلس الأعلى للصحافة في تفعيل دوره في رفع مستوى المهنة من خلال الاستمرار في تنظيم وعقد دورات تدريبية للصحفيين خاصة الشباب منهم لتعريفهم بالتشريعات الصحفية وحقوق الصحفيين وواجباتهم وآداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي.

٣- الاستفادة من تجارب بعض مجالس الصحافة في دول العالم في مجال حماية خصوصية المواطن وحقوق الرد والتصحيح وآليات العلاقة بين الصحافة والمجتمع.

٤- التأكيد على دور نقابة الصحفيين وضرورة تفعيل هذا الدور لحماية المهنة وآدابها ومحاسبة الصحفيين من أعضائها.

٥- أهمية استمرار التعاون بين المجلس الأعلى للصحافة ونقابة الصحفيين بما يكفل حماية حرية الصحافة وتعزيزها والتوازن بين الحرية والمسئولية وحماية حقوق المواطنين.

المبادئ والمعايير الموحدة للتغطية الإعلامية

لانتخابات مجلس الشعب والشورى في الإعلام المسموع والمرئي (٢٠١٠م)

قبيل انتخابات مجلس الشعب والشورى ٢٠١٠ وضعت لجنة تقييم الأداء الإعلامي باتحاد الإذاعة والتليفزيون مبادئ ومعايير التغطية الإعلامية المسموعة والمرئية لانتخابات مجلس الشعب والشورى لضمان الالتزام بها، والقيام بدور نشط في التثقيف السياسي والانتخابي بما يحقق المشاركة الإيجابية الواعية في الانتخابات.

أولًا: المبادئ التي تحكم التغطية الإعلامية للانتخابات:

١- العدالة والحيدة والمساواة بين الأحزاب في التغطية الإعلامية المركزية وبين المرشحين من خلال التغطية الإعلامية المحلية.

٢- إتاحة وقت متساو لجميع المرشحين لعرض برامجهم وأفكارهم.

٣- عدم السماح بالتعرض للمرشحين الآخرين أو المساس بسمعتهم أو انتهاك حياتهم الخاصة.

٤- التأكيد على احترام الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٥- التمييز بين الإعلام والإعلان، والحرص على تحقيق الشفافية والعدالة بين المرشحين في المواد الإعلانية مدفوعة الأجر.

٦- ضرورة إعلام الأحزاب والمرشحين وكذلك وسائل الإعلام المسموعة والمرئية بهذه المعايير للالتزام بها.

ثانيًا: المعايير التي تحكم التغطية الإعلامية للانتخابات:

١- ضمان الحيدة والشفافية في الخريطة البرامجية بحيث لا يتم تقديم مواد يمكن أن

تمثل دعاية إيجابية أو سلبية، مباشرة أو غير مباشرة كالأفلام والمسرحيات والأغاني وغيرها.

٢- الفصل الكامل بين تغطية الأنشطة الرسمية للمرشحين بحكم موقعهم وبين ما يمكن اعتباره دعاية انتخابية.

٣- الفصل الكامل بين ما يذاع من أنشطة الوزراء وكبار المسئولين بالدولة المرشحين للانتخابات بحكم مواقعهم الرسمية، وبين ما يقدم من أنشطة قد تمثل دعاية انتخابية لمرشح بعينه.

٤- الحرص على الدقة والتوازن في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية لتزويد المواطنين بالصورة الكاملة والدقيقة التي تساعدهم على حسن الاختيار.

٥- يحظر على الإعلاميين المرشحين في أي دوائر انتخابية المشاركة في تقديم أي برامج إذاعية أو تليفزيونية، أثناء الفترة التي يحددها القانون للحملة الانتخابية.

ثالثًا: القواعد المنظمة لاستخدام الإعلان في انتخابات مجلسي الشعب والشورى:

١- التزام المرشح بالمعايير المهنية والأخلاقية لإذاعة الإعلانات الانتخابية.

٢- ألا يتضمن الإعلان الخاص بالمرشح ما يمس الجوانب الشخصية والأخلاقية للمنافسين بشكل مباشر أو غير مباشر.

٣- ألا يتضمن الإعلان الخاص بالمرشح ما يسيء للمرشحين الآخرين من خلال الكلمات أو الصور أو المعاني أو الرموز أو الحيل الجرافيك أو أي شكل آخر.

٤- ألا يتضمن الإعلان ما يمس الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٥- يمنع بث أي إعلانات ممولة لتأييد أي مرشح من جانب أي شخص طبيعي أو اعتباري في مصر أو الخارج.

٦- يمنع بث وتنفيذ إعلانات المرشحين داخل النشرات الإخبارية والبرامج والتقارير الإخبارية في مختلف القنوات والإذاعات وكذلك أثناء البث الحي للأحداث السياسية.

رابعًا: تقييم الأداء الإعلامي لانتخابات مجلسي الشعب والشورى:

١- تشكل لجنة لتقييم الأداء الإعلامي للتغطية الإعلامية لانتخابات مجلسي الشعب والشورى في الإذاعة والتليفزيون، على أن يمثل فيها اتحاد الإذاعة والتليفزيون والشبكات والقنوات التليفزيونية الخاصة وعدد من الخبراء وأساتذة الجامعات في مجال الإعلام، وممثلو الأحزاب المشاركة في الانتخابات وممثلو المنطقة الإعلامية الحرة والنايل سات وممثلو منظمات المجتمع المدني.

٢- تختص اللجنة بتقييم الدعاية الإعلامية والإعلانية للمرشحين أثناء الانتخابات في محطات الإذاعة وقنوات التليفزيون الأرضية والقنوات الفضائية العامة والخاصة.

٣- يتحدد عمل اللجنة بالفترة المحددة للدعاية الانتخابية وفقًا لقانون الانتخابات.

٤- تشمل مهمة اللجنة المتابعة المستمرة وتلقي الطلبات والشكاوى، فإذا ما رصدت اللجنة مخالفة تقتضي التدخل على أي نحو تراه مناسبًا، فلها أن تصدر بذلك توصية إلى المسئولين للعمل بمقتضاها.

٥- تلتزم وزارة الإعلام بتوفير كافة الإمكانيات المادية والبشرية والأجهزة المعاونة التي تحتاجها اللجنة للقيام بمهامها، وكذلك توفير مكان ومسئول لتلقي طلبات المرشحين أو شكاواهم ليحيل الطلبات فورًا للجهة المختصة.

***

مدونة مبادئ مهنية للتغطية الإعلامية للانتخابات العامة

إعداد مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان (٢٠١٠م)

أولًا: مبادئ عامة:

١. يؤمن الإعلاميون بأن التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية تستهدف تأكيد كل الحقوق الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، وبالذات النصوص ذات الصلة المباشرة بالانتخابات العامة،

٢. يؤمن الإعلاميون بأن دورهم في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية، إثارة اهتمام الرأي العام بالانتخابات العامة، باعتبارها حقًا وواجبًا، وحفز اهتمام المواطنين على المشاركة فيها بالتصويت والترشيح، كما أنهم أداة الرأي العام للرقابة على نزاهة وشفافية العملية الانتخابية.

٣. يتمسك الإعلاميون في تغطيتهم للانتخابات العامة بكل الحقوق التي تكفلها لهم القوانين العامة، وقانون الصحافة، وقانون مباشرة الحقوق السياسية، وقانون الانتخابات الرئاسية، وميثاق الشرف الصحفي، ويلتزمون بكل الواجبات التي تفرضها عليهم هذه القوانين والمواثيق.

٤. ينبغي على الوسيلة الإعلامية، أن تميز بشكل واضح بين الإعلان والتحرير وبين الخبر والرأي، فيما يتعلق بالتغطية للحملات الانتخابية، ولا يجوز لملاك الصحف ووسائل الإعلام، أن يتقاضوا بشكل مباشر أو غير مباشر، أي دعم مالي من الأحزاب والشخصيات التي تخوض المعارك الانتخابية، أثناء المدة التي تفصل بين فتح باب الترشيح وإعلان النتائج النهائية للانتخابات، ويشمل ذلك نشر إعلانات تجارية لمشروعات أو شركات اقتصادية، يساهم فيها مرشحون للانتخابات.

٥. تلتـزم الصحـف، عـلى اختـلاف أنواعهـا، عنـد نـشر نتائـج اسـتطلاعات للـرأي العـام حـول موقـف الناخبـين مـن المرشـحين، أن تـبرز بشـكل واضـح -في عناوينهـا وفي مـتن تقاريرهـا- عـدد أفـراد العينـة التـي شـاركت في الاسـتطلاع والجهـة التـي أجرتـه، وتاريـخ إجرائـه، ويجـب أن تكـون الجهـة المعـدة لذلـك الاسـتطلاع أو الاسـتبيان شـخصية اعتباريـة متخصصـة ومسـتقلة وغـير حزبيـة.

٦. تلتـزم الصحـف القوميـة والجهـات الإعلاميـة الخاصـة والمسـتقلة، فيـما تنـشره عـن المعركـة الانتخابيـة بالحيـاد التـام بـين كل الأحـزاب والمرشـحين الذيـن يتنافسـون في هـذه الانتخابـات، ولا تميـز بينهـم فيـما تنـشره مـن صـور أو عناويـن أو وسـائل للإبـراز، أو في أسـعار مـا تنـشره مـن إعلانـات.

٧. تسـتثنى الصحـف الحزبيـة مـن الالتـزام بنـص المـادة السـابقة، وليـس مـن حـق الصحـف القوميـة، وقنـوات التليفزيـون ومحطـات الإذاعـة المملوكـة لاتحـاد الإذاعـة والتليفزيـون أن تتمتـع بهـذا الاسـتثناء، فتحافـظ عـلى اسـتقلالها تجـاه السـلطة التنفيذيـة وكل الأحـزاب السياسـية، وأن تلتـزم بالحيـاد بـين كل المتنافسـين.

٨. في الحالـة التـي تقـرر فيهـا الجهـة الإعلاميـة المسـتقلة، الانحيـاز إلى مرشـح مـن المرشـحين أو إلى حـزب مـن الأحـزاب المتنافسـة، وعليهـا أن تشـير إلى نفسـها باعتبارهـا الجهـة الداعمـة.

٩. انحيـاز الجهـة الإعلاميـة لأي مـن المرشـحين أو الأحـزاب المتنافسـة في الانتخابـات لا يعطيهـا الحـق في القيـام بحمـلات تشـويه أو افـتراء شـخصي أو سـياسي ضـد منافسـيه، وحـصر الخـلاف في إطـار سـياسي موضوعـي.

١٠. تتوقـف كل الجهـات الإعلاميـة عـن نـشر أو بـث كل مـواد الدعايـة الانتخابيـة للمرشـحين قبـل ٤٨ سـاعة مـن الموعـد المقـرر لإجـراء الانتخابـات.

ثانيًا: الحقوق:

١. مـن حـق الصحفـي الـذي يكلـف بتغطيـة الانتخابـات العامـة، أن يحصـل عـلى نسـخ مـن كل القوانـين والقـرارات والتعليـمات والبيانـات والتقاريـر الصـادرة عـن العمليـة الانتخابيـة وتطوراتهـا مـن الجهـة المشرفـة التـي تنظـم العمليـة الانتخابيـة فـور صدورهـا منـذ فتـح بـاب الترشـيح وحتـى إعـلان النتيجـة.

٢. يجـب عـلي جهـة العمـل أن تـزود الصحفـي بـالأوراق الثبوتيـة التـي يتطلبهـا أداؤه لمهمتـه وأن تسـتصدر الترخيصـات المطلوبـة مـن الجهـات المعنيـة لـه ولمعاونيـه مـن المصوريـن وغيرهـم وأن تزودهـم بـزي يسـهل تمييـزه مـن بعيـد حتـى لا يتعـرض لأيـة معوقـات أو أذى أثنـاء أدائـه لواجبـه المهنـي.

٣. مـن حـق الصحفـي أن يحـضر المؤتمـرات الانتخابيـة التـي يعقدهـا المرشـحون وأن يدخـل المقـار الانتخابيـة لـكل المرشـحين وأن يدخـل السـاحة الخارجيـة للجـان الانتخابيـة العامـة والفرعيـة وأن يدخـل إلى داخـل اللجنـة أثنـاء التصويـت ولـه الحـق في حضـور فـرز الأصـوات مـع منـدوبي المرشحين.

٤. عـلى جهـة العمـل أن تـزود الصحفـي بوسـائل الاتصـال والانتقـال التـي تمكنـه مـن متابعـة الانتخابـات ومـن إرسـال تقاريـره إلى الوسـيلة الإعلاميـة التـي يعمـل بهـا في وقـت ملائـم.

٥. يتمسـك الصحفيـون والإعلاميـون بحقهـم الـوارد في المـادة ١٢ مـن قانـون تنظيـم الصحافـة رقـم ٩٦ لسـنة ١٩٩٦، بعقـاب كل مـن أهـان صحفيًـا أو تعـدى عليـه بسـبب عملـه بالعقوبـات المقـررة لإهانـة الموظـف العمومـي أو التعـدي عليـه قانـون، وعـلى الجهـة الإعلاميـة أن تتـولى الإبـلاغ عـن كل إهانـة أو تعـدٍ مـن هـذا النـوع فـور وقوعهـا.

ثالثًا: الواجبات:

١. لا يجوز للصحفي الذي يرشح نفسه في الانتخابات أن يمارس مهنته منذ بدء فتح باب الترشيح وحتى إعلان نتائج المعركة الانتخابية، ولا يجوز لمن يعمل بالصحافة المرئية أو المسموعة أن يمارس عمله خلال تلك الفترة حتى لو لم يكن لما يكتبه أو يقدمه من برامج صلة مباشرة بالعملية الانتخابية ولا يصادر ذلك حقوقه الأخرى كمرشح وينبغي أن يعامل إعلاميًا على قدم المساواة مع غيره من المرشحين من دون انحياز.

٢. لا يجوز للصحفي أن يغطي المعركة الانتخابية في الدائرة التي يقع بها موطنه الانتخابي أو المقيد اسمه في جداولها الانتخابية.

٣. لا يجوز للصحفي الذي يغطي المعركة الانتخابية أن يعمل في الفريق الإعلامي لأي حزب من الأحزاب أو مرشح من الذين يخوضون المعركة الانتخابية ويستثنى من ذلك الصحفيون العاملون في الصحف الحزبية.

٤. لا يجوز للصحفي أن يعمل في جلب الإعلانات الانتخابية بشكل مباشر أو غير مباشر.

٥. يلتزم الصحفي الذي يغطي الانتخابات بالأصول المهنية في صياغة وتحرير تقاريره عن العملية الانتخابية من حيث دقة وتوثيق المعلومات ونسبة الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة كلما كان ذلك متاحًا وممكنًا.

٦. يلتزم الصحفي بالكشف عن كل أشكال الخروج عن القوانين المنظمة للعملية الانتخابية على نحو يؤثر في نزاهتها أو يؤدي إلى عدم دقة تعبيرها عن إرادة الناخبين ويشمل ذلك:

أ - سوء تنظيم العملية الانتخابية من حيث نقص الاستعداد اللوجستي الذي يضمن إجرائها بيسر ومن ذلك: عدم دقة جداول الانتخابات، أو تأخر فتح اللجان، أو فساد الحبر الفسفوري، أو عدم وجود صناديق زجاجية.. إلخ.

ب - استخدام الرشاوى العينية أو المالية لشراء أصوات الناخبين.

ج- استخدام الشعارات الدينية أو الطائفية في الدعاية الانتخابية بشكل معلن أو غير معلن لجذب الناخبين أو تنفيرهم.

د- التعرض للحياة الخاصة إلا فيما له صلة بالوظيفة العامة أو السب والقذف والطعن في الأعراض لأي من المرشحين.

هـ - استخدام المباني الحكومية أو إمكانيات الجهات الإدارية أو المحليات في الدعاية لأحد المرشحين، أو تقديم تسهيلات لنقل أنصاره.

و- توزيع الخدمات الحكومية عن طريق أحد المرشحين.

ز- وضع عقبات تحول دون وصول الناخبين والمرشحين، ومندوبيهم ومراقبي الانتخابات التابعين لمنظمات المجتمع المدني إلى اللجان الانتخابية، وتمنعهم من الدخول إليها.

ح- قيام بعض الناخبين بالإدلاء بأصواتهم جهرًا.

ط- طرد مندوبي المرشحين من لجان التصويت أو لجان الفرز، أو وضع عراقيل مفتعلة للحيلولة بينهم وبين ممارسة مهمتهم.

ي- استخدام أي شكل من أشكال العنف البدني أو اللفظي ضد أنصار المرشح المنافس، أو مندوبي المرشحين أو مراقبي الانتخابات التابعين لمنظمات المجتمع المدني.

ك- المبالغة في نفقات الدعاية الانتخابية علي نحو يوحي باستخدام المال للتأثير على إرادة الناخبين أو ينطوي على مظاهر مخالفة للقرارات والقوانين المنظمة للإنفاق على الدعاية الانتخابية.

ميثاق الشرف الإعلامي

إعداد المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان

الإعلاميون المصريون وملاك وسائل الإعلام الورقية والمسموعة والمرئية والإلكترونية، أسرة مهنية واحدة تستمد كرامتها وقدرتها من ضمير الشعب وولاءها للحقيقة، ويحركها شرف المهنة والقيم الوطنية والإنسانية للمجتمع المصري، ويعملون في إطار الدستور والقانون ومواثيق حقوق الإنسان الدولية.

وإيمانًا منهم بوحدة الدولة وسلامة المجتمع وحراسة مصالحه والحفاظ على التراث الإنساني ومنظومة القيم الأخلاقية، واحترام تعدد الآراء وتنوعها والالتزام بالتعدد والتنوع الثقافي والحريات العامة للمواطنين المنصوص عليها في الدستور المصري ومواثيق حقوق الإنسان قد توافقوا على:

إصدار ميثاق الشرف الإعلامي الجماعي إيمانًا منهم بحق المواطن في المعرفة المستنيرة والحصول على معلومات صحيحة ومتكاملة ومتوازنة، وحق المواطن فى التزام وسائل الإعلام بالمصلحة العامة وحرية التعبير عن كافة الآراء.

ومن أجل الحفاظ على هذه القيم فإن الإعلاميين وملاك المؤسسات الإعلامية، قد اتفقوا على الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي الجماعي وفقًا للمبادئ التالية:

أولًا: المبادئ العامة:

١. الحرية أساسها المسئولية وكفالة ممارسة العمل الإعلامي دون تقييد.

٢. الحق في الحصول على المعلومات وتداولها.

٣. حرية الرأي والتعبير والإبداع والاتصال مكفولة دون تمييز في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام.

٤. الالتزام بمبدأ الشفافية والإفصاح وإعمال شرط الضمير المهني.

٥. احترام حق الرد والتصحيح.

٦. احترام الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية.

٧. العمل على تعزيز حق المواطن في المعرفة.

٨. احترام التنوع والتعدد في المجتمع ونشر ثقافة التسامح.

٩. الحفاظ على الأمن القومي والسلم الاجتماعي.

ثانيًا: التزامات ملاك الوسائل الإعلامية:

١. التـزام وسـائل الإعـلام بالإعـلان عـن سياسـتها الإعلاميـة، وكتـاب التعليـمات الخـاص بهـا، ومصـادر تمويلهـا وطريقـة إدارة الوسـيلة بمـا يحفـظ حقـوق المجتمـع والقائمـين بالاتصـال.

٢. الالتزام بإعلان الميزانية السنوية ونشرها وفقًا للقانون.

٣. احـترام معايـير ومبـادئ الإعـلام الديمقراطـي الحـر القائـم عـلى المسـئولية الاجتماعيـة في ممارسـة السياسـة التحريريـة.

٤. احترام حق الرد وحماية حقوق المتلقين.

٥. احـترام الحقيقـة وحـق الجمهـور في الوصـول إليهـا، والالتـزام بالبحـث عنهـا ونقلهـا وفقًـا للمعايـير المهنيـة.

٦. الالتـزام بالسياسـات الداعيـة للمسـاواة وعـدم التمييـز عـلى أسـاس النـوع أو الجنـس أو اللغـة أو الديـن أو العـرق أو المسـتوى الاجتماعـي أو لأي سـبب أخـر.

٧. احـترام جميـع فئـات المجتمـع وحقوقهـم خاصـة الفئـات الأولى بالرعايـة 'المـرأة – الطفـل - ذوي الإعاقـات – المهمشـين».

٨. الالتزام بالفصل بين الإعلان والإعلام، وعدم خلط الإعلان بالمواد الإعلامية.

٩. توفير بيئة عمل مناسبة، وأجر عادل، وأدوات عمل مناسبة للإعلامي، وتأكيد المسئولية التضامنية وفقًا للقانون.

١٠. احترام حق الملكية الفكرية.

ثالثًا: التزامات الإعلاميين:

١. احترام حق الجمهور فى المعرفة، ونشر الحقائق وعدم حجب المعلومات.

٢. احترام الخصوصية والآداب العامة.

٣. عدم الخلط بين الإعلام والإعلان، وكذلك الخبر والرأي، واحترام حق الرد والتصحيح.

٤. عدم بث مواد إعلامية تمثل تمييزًا بين المواطنين أو تساعد على ذلك.

٥. احترام حقوق المرأة، ومنحها فرص متكافئة في التعامل مع القضايا المختلفة، وحظر استغلالها.

٦. الالتزام بحقوق الطفل والمصلحة الفضلى له في المواد الإعلامية، ويحظر استغلاله فيما يتم تقديمه من مواد إعلامية.

٧. مراعاة حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة، والامتناع عن الإساءة لهم، وإظهارهم بصورة تثير السخرية.

٨. احترام حقوق الملكية الفكرية وفقًا للقانون.

٩. التعبير عن تعددية حقيقية ونشر قيم التسامح وقبول الآخر ونبذ العنف والتعصب.

١٠. الامتناع عن نشر أمور من شأنها التأثير في القضاة الذين يناط بهم الفصل في دعاوى وذلك وفقًا للقانون.

١١. الامتناع عن عرض الجريمة بطريقة تثير التعاطف أو تدعو للتقليد، وضرورة احترام حقوق المتهم إعمالًا لمبدأ الأصل في الإنسان البراءة.

١٢. عدم الكشف عن الشهود الذين قد يطلبون للإدلاء بالشهادة أمام الجهات القضائية.

١٣. المحافظة على الأدوات الإعلامية، والمقار، ومستلزمات العمل التي توفرها المؤسسة والحفاظ عليها، وعدم التسبب في تعرضها لما يفسد قدرات العمل.

١٤. الحفاظ على شرف المهنة وآدابها، واحترام واجبات الزمالة في معالجة الخلافات التي قد تنشأ بين الإعلاميين أثناء أو بسبب المنافسة المهنية في العمل.

رابعًا: حقوق الإعلاميين:

١. لا يجوز إجبار الإعلامي على إفشاء مصادر معلوماته، وألا يكون رأيه سببًا للمساس بأمنه وحريته.

٢. للإعلامي الحق في إنهاء التعاقد مع المؤسسة الإعلامية في حالة قيامها بتغيير سياستها التحريرية، مع حقه في الحصول على مستحقاته المالية.

٣. الحق في الحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها، والإطلاع على كافة الوثائق الرسمية غير المحظورة وفقًا للقانون.

٤. لا يجوز منع الإعلامي من حضور الاجتماعات العامة والجلسات المفتوحة، ما لم تكن مغلقة أو سرية.

٥. لا يجوز منع الإعلامي من ممارسة المهنة إلا في الإطار القانوني.

٦. تلتزم الجهات المعنية بتوفير الحماية اللازمة للإعلامي في مواقع الأحداث.

٧. إهانة الإعلامي أو الاعتداء عليه أثناء أو بسبب وظيفته تعد جريمة.

٨. للإعلامي الحق في الانضمام إلى النقابات المنظمة للمهنة.

خامسًا: أحكام عامة:

١. تتولى النقابات الإعلامية الفصل في الخلافات الناشئة بين أعضائها بسبب عمل من أعمال المهنة.

٢. وجوب إخطار النقابة قبل إقامة دعاوى قضائية سواء بين الإعلاميين أنفسهم، أو بينهم وبين الوسائل الإعلامية التي يعملون بها.

٣. تخصيص لجنة بكل نقابة إعلامية للتوفيق وحل النزاعات التي قد تنشأ بين الإعلاميين أو بينهم وبين الوسيلة التي يعملون بها.

٤. يتولى المجلس الأعلى للإعلام مراقبة التزام وسائل الإعلام والإعلاميين بتطبيق ميثاق الشرف الإعلامي وفقًا للدستور والقانون وأن يكون توقيع الجزاءات وفقًا لقانون كل نقابة.

٥. كل ما يخالف أحكام هذا الميثاق تعد انتهاكًا لشرف مهنة الإعلام.

***

ثانيًا: وثائق إقليمية ودولية:

ميثاق الشرف

بين الأحزاب والفصائل السياسية أثناء العملية الانتخابية

نحـن القـوى والأحـزاب السياسـية المشـاركة في الانتخابـات التشريعيـة الفلسـطينية الثانيـة، حرصًـا منـا بـأن تسـير العمليـة الانتخابيـة بكافـة مراحلهـا بشـفافية ونزاهـة, وأن يسـودها التنافـس الشريـف بـين المرشـحين والقوائـم الانتخابيّـة، بمـا يخـدم ويعـزز المصلحـة العامـة, وإدراكًا منـا لأهميـة الالتـزام بالقانـون الانتخـابي والأنظمـة والتعليـمات الصـادرة بموجبـه لتنظيـم سـير العمليـة الانتخابيـة, فإننـا نتعهـد بالالتـزام بمـا يـلي:

أولًا: التقيـد التـام بأحـكام قانـون الانتخابـات الفلسـطيني والأنظمـة والتعليـمات الصـادرة بموجبـه، وبتوجيهـات وقـرارات لجنـة الانتخابـات المركزيـة فيـما يتعلـق بسـير العمليـة الانتخابيـة.

ثانيًـا: التعـاون مـع لجنـة الانتخابـات المركزيـة في جهودهـا المبذولـة لتنظيـم انتخابـات حـرة ونزيهـة، واحـترام طواقمهـا.

ثالثًا: احترام دور المراقبين الدوليين والتعاون معهم في أداء دورهم الرقابي.

رابعًا: الالتزام بالحفاظ على مبدأ سرية التصويت وحق الناخب في اختيار قائمته ومرشحه بحرية.

خامسًا: الالتزام بالفترة الزمنية للدعاية الانتخابيّة المحددة قانونًا.

سادسًـا: عـدم اللجـوء في الدعايـة الانتخابيـة إلى كل مـا يتضمـن أي تحريـض أو طعـن بالمرشـحين الآخريـن أو الهيئـات الحزبيـة أو القوائـم الانتخابيـة, أو الامتنـاع عـن التشـهير والقـذف والشـتم, والابتعاد عـن إثـارة النعـرات أو اسـتغلال المشـاعر الدينيـة أو الطائفيـة والقبليـة والإقليميـة والعائلـة أو العنصريـة بـين فئـات المواطنـين.

سابعًا: الامتناع عن التعرض المادي للحملة الانتخابية للغير سواء كان ذلك بالتخريب أو التمزيق أو إلصاق الصور والشعارات فوق صور وشعارات الآخرين, أو أية أعمال أخرى تفسر على أنها اعتداء مادي على الحملة الانتخابية للمرشحين الآخرين.

ثامنًا: الالتزام بعدم ممارسة أي شكل من أشكال الضغط أو التخويف أو التخوين أو التكفير أو العنف ضد أي من المرشحين و/ أو أي من الناخبين.

تاسعًا: الالتزام بعدم حمل السلاح أو/ واستخدامه أثناء الاجتماعات العامة والمسيرات وسائر الفعاليات والنشاطات الانتخابية الأخرى.

عاشرًا: الالتزام بعدم تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها لشخص طبيعي أو معنوي أثناء العملية الانتخابية سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

الحادي عشر: عدم وضع الملصقات والصور الدعائية على الأماكن الخاصة أو على أبواب وجدران المحلات التجارية للمواطنين إلا بعد الحصول على موافقتهم الصريحة على ذلك, والالتزام بعدم وضع الملصقات والصور الدعائية على اللوحات الإعلانية التي تعود ملكيتها للشركات التجارية أو للمواطنين إلا بعد الحصول على موافقتهم الصريحة على ذلك, والالتزام بإزالة جميع مظاهر الدعاية الانتخابية بعد انتهاء العملية الانتخابية.

الثاني عشر: عدم استعمال الشعار الرسمي لمنظمة التحرير الفلسطينية و/ أو السلطة الوطنية الفلسطينية أو أي شعار قريب الشبه منه في الاجتماعات والإعلانات والبيانات الانتخابية وفي سائر أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تستخدم في الدعاية الانتخابية.

الثالث عشر: عدم إقامة المهرجانات وعقد الاجتماعات العامة في المساجد أو الكنائس أو إلى جوار المستشفيات أو في الأبنية والمحلات التي تشغلها الإدارات الحكومية أو المؤسسات العامة, وبعدم استخدام المعسكرات والمقرات الأمنية الفلسطينية أو اللوازم العامة وذلك لأغرض الدعاية الانتخابية.

الرابع عشر: الحفاظ على البيئة نظيفة أثناء الحملة الانتخابية, وتجنب اللصق العشوائي للصور والبيانات في الأماكن العامة, وضرورة الاهتمام بمظهر الأمكنة العامة وتنظيفها بعد الانتهاء من المسيرات والمهرجانات الانتخابية.

الخامس عشر: الالتزام بعدم الحصول على أموال لتغطية مصاريف حملتنا الانتخابية من أي مصدر أجنبي أو خارجي غير فلسطيني بشكل مباشر أو غير مباشر, وبعدم الحصول أيضًا على أموال من السلطة الوطنية الفلسطينية لتغطية مصاريف الحملة الانتخابية.

السادس عشر: الالتزام بحدود الصرف على الحملة الانتخابية بحيث لا تتجاوز مليون دولار أمريكي أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانونًا للصرف على الحملة الانتخابية للقائمة الانتخابية ككل, وستون ألف دولار أمريكي أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانونًا للصرف على الحملة الانتخابية للمرشح لعضوية المجلس في الدائرة الانتخابية.

السابع عشر: الالتزام بتقديم بيان مالي مفصّل للجنة الانتخابات المركزية بجميع مصادر التمويل التي حصلنا عليها والمبالغ التي أنفقناها أثناء الحملة الانتخابية خلال مدة أقصاها شهر من تاريخ إعلان نتائج الانتخاب النهائية.

الثامن عشر: تدريب الوكلاء التابعين لنا على قواعد سلوك الوكلاء والمراقبين الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية.

التاسع عشر: تحمل المسئولية عن كافة نشاطات الدعاية الانتخابية الصادرة عن جميع الوكلاء التابعين لنا وعن العاملين في حملتنا الانتخابية.

العشرين: تزويد لجنة الانتخابات بجميع الصفحات والمواقع الإلكترونية التي من خلالها سوف نقوم بممارسة دعاية انتخابية.

الواحد والعشرين: تحمل المسئولية عن أية نشرات أو ملصقات أو بيانات صادرة عن حملتنا الانتخابية.

الثاني والعشرون: الالتزام باتباع الأساليب السلمية والقانونية فيما يتعلق بالاعتراضات والطعون ونتائجها في كافة مراحل العملية الانتخابية والتعاون مع الجهات المختصة بشأن التحقيقات في هذه الاعتراضات والطعون والشكاوى.

الثالث والعشرين: الالتزام بقرارات القضاء الفلسطيني فيما يخص العملية الانتخابية.

الرابع والعشرين: الالتزام بنتائج الانتخابات الرسمية والنهائية الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية و/أو المحكمة المختصة.

الخامس والعشرين: تشكيل لجنة وطنية لمتابعة الالتزام بأحكام هذا الميثاق وتوعية المجتمع به.

والتزامًا منا بالتقيد بما ورد في هذا الميثاق, فإننا نوقع عليه, والله الموفق.

الخميس الموافق ١٠ رمضان ١٤٢٦هـ

الموافق ١٣تشرين أول ٢٠٠٥م

***

القوى والفصائل الوطنية والإسلامية لمشاركة في العملية الانتخابية التشريعية.

اسم الفصيل	اسم الموقع	التوقيع
حركة التحرير الوطني الفلسطيني (فتح)		
حركة المقاومة الإسلامية (حماس)		
حزب الشعب		
الجبهة الشعبية لتحرير فلسطين		
الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين		
الاتحاد الديمقراطي الفلسطيني (فدا)		
جبهة النضال الشعبي الفلسطينية		
جبهة التحرير الفلسطينية		
جبهة التحرير العربية		
الجبهة العربية الفلسطينية		
الجبهة الشعبية - القيادة العامة		
منظمة الصاعقة		
المبادرة الوطنية الفلسطينية		

لجنة الانتخابات المركزية الملتقى الفكري العربي

الميثاق الانتخابي

إعلان الثاني والعشرون من جويلية ٢٠١٤

من أجل انتخابات نزيهة وشفافة وديمقراطية

ميثاق شرف الأحزاب والتكتلات والمترشحين المستقلين المتعلق بانتخابات واستفتاءات الجمهورية التونسية

بسم الله الرحمن الرحيم

إن الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف تعِي أن إنجاز عملية انتخابية شفافة وعادلة ونزيهة وديمقراطية تحظى بأوسع قدر من الرضا والمصداقية هو شرط أساسي لتثبيت مشروعية المؤسسات وعنصر ضروري لمواصلة المسار الديمقراطي الذي أطلقته الثورة التونسية المباركة، على هذا الأساس فإن الأهداف الأهم لميثاق الشرف هي المساهمة في إنجاح العملية الانتخابية وضمان استمرارها وبناء الثقة بين الأطراف المعنية وخلق مناخ إيجابي يتسم بالتسامح ويشجع على التنافس المفتوح والحر والنزيه.

وكذلك السعي لتشجيع قبول جميع الأطراف لنتائج الاقتراع ونبذ العنف والحد من الصراعات والقضاء على أعمال التخويف والترهيب وعلى كل ما يمكن أن يؤدي إلى الاشتباك بين المواطنين بما يسمح بالحفاظ على السلم الأهلي وبالتسوية السليمة للخلافات، من هذا المنطلق تعقد الأطراف الممضية عزمها على المساهمة بشكل مسئول وطوعي وإرادي في تهيئة المناخ المناسب لنجاح المسار الانتخابي مهما كانت اختلافات مواقفها وذلك في إطار احترام الدستور والقوانين وقرارات المؤسسات الشرعية ذات الصلة، يُقصد هنا بالمسار الانتخابي كل من فترة ما قبل الانتخابات والحملة ذاتها وعمليتا التصويت وفرز الأصوات وكذلك فترة إعلان النتائج وما يعقبها.

الأطراف المعنية:

ينطبـق هـذا الميثـاق عـلى الأطـراف الموقعـة عليـه (ويشـار لهـا مـن الآن بمصطلـح الأطـراف): أحـزاب سياسـية وتحالفـات وائتلافـات حزبيـة وحـركات وشـبكات سياسـية وقوائـم مسـتقلة ومرشـحون مسـتقلون. وتلـزم القواعـد المضمنـة في الميثـاق بشـكل خـاص قيـادات هـذه الأطـراف وإطاراتهـا وأعضائهـا ونشـطائها ومرشـحيها وممثليهـا الرسـميين.

الشروط المبدئية:

تتفـق الأطـراف الموقعـة بـأن قيمـة انتخابـات تعدديـة ديمقراطيـة - وكذلـك شرعيتهـا- تقـوم عـلى الـشروط الأوليـة التاليـة:

أن يتسـنى خـلال الحملـة الانتخابيـة إبـلاغ الناخبـين برامـج وسياسـات ومؤهـلات الأحزاب السياسـية والمترشـحين بمـا يسـمح لهـم بالاختيـار والتصويـت عـن دراية وبشـكل مسـتنير.

أ - أن يكـون الناخبـون قادريـن عـلى التصويـت بحريـة دون قيـد أو تهديـد أو تأثـير غـير مـشروع أو أي شـكل مـن أشـكال الخـداع أو الابتـزاز أو الإفسـاد.

تلتـزم جميـع الأطـراف بالعمـل عـلى توفـير هـذه الـشروط والتمسـك طوعًـا وإراديًـا بمضمـون ميثـاق الـشرف مـن خـلال العمـل.

أ- أن يتم تفعيل القواعد والالتزامات والمبادئ المضمنة بالميثاق والمحافظة عليها.

ب- أن يحصـل اعـتراف وقبـول مجتمعـي واسـع بكـون الانتخابـات هـي سـبيل الناخبـين للتعبـير بحريـة عـن اختياراتهـم وبـأن المشـاركة الحـرة والنشـطة والنزيهـة هـي ضرورة لممارسـة حقهـم في الاختيـار.

ج- أن يحـترم الجميـع هـذا الحـق في الاختيـار ومـا ينبثـق عـن ممارسـته بشـكل شـفاف وعـادل وديمقراطـي ونزيـه مـن نتائـج.

الالتزامات العامة: الامتثال للقانون واحترام ميثاق الشرف:

يلتـزم كل طـرف مصـادق عـلى ميثـاق الـشرف بتطبيـق واحـترام القوانـين والقواعـد والقـرارات التـي تنظـم إجـراء الانتخابـات وبالتحـلي فعليًـا بالصـدق وحسـن النيـة والنزاهـة.

كـما يعـترف بالسـلطة المسـندة للهيئـة العليـا المسـتقلة للانتخابـات (ISIE) وغيرهـا مـن الهيئـات والسـلطات المتدخلـة في المسـار الانتخـابي ويمتثـل للقـرارات والمدونـات الصـادرة عنهـا طبقًـا للقانـون.

وبناء على ذلك فإن كل طرف يلتزم من خلال الإمضاء على الميثاق:

أ - بما جاء فيه من مبادئ وقواعد واتفاقات وما يتضمنه من موانع.

ب- باتخـاذ التدابـير اللازمـة للتعريـف بـه والحيلولـة دون قيـام قادتـه ومرشـحيه وأعضائـه بانتهـاك مـا يتضمنـه مـن مبـادئ وقواعـد والتزامـات.

ت - باتخـاذ التدابـير المتاحـة والمعقولـة لدفـع أنصـاره للامتنـاع عـن أي سـلوك يمكـن أن يشـكل خرقًـا للالتزامـات المضمنـة في هـذا الميثـاق.

ث - بالحـرص عـلى ترشـيد اسـتخدام حـق تقديـم الشـكاوى المتعلقـة بانتهـاك الميثـاق وبالامتنـاع عـن تقديـم أيـة دعـاوى كاذبـة أو عبثيـة أو كيديـة.

الالتزامات التفصيلية:

الخطاب:

يلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف بـ

أ - تنظيـم الحملـة الانتخابيـة بشـكل يضمـن أجـواء عامـة تتسـم بسـمو الأخـلاق والسـلمية والاحـترام المتبـادل والمنافسـة الشريفـة طـوال المسـار الانتخـابي.

ب - التصرف دومًا على أساس وعيه بمسئوليته تجاه المجتمع وبدوره في إعلاء المصلحة الوطنية وفي الحفاظ على المسار الديمقراطي وفي الوفاء للمطالبة الشعبية بالحرية والعدالة والكرامة وفي حماية السلم الأهلي والأمن الوطني.

تلتزم الأطراف عند مخاطبتها للجمهور خلال التجمعات السياسية أو في إطار اتصالاتها عبر وسائل الإعلام بما فيها الإنترنت بالامتناع عن:

أ - التهديد والتحريض على العنف بأي شكل من الأشكال تجاه أي شخص أو مجموعة أشخاص.

ب- التشويه والتحريض على الكراهية وعلى التكفير وعلى الإدانة بالخيانة أو الإرهاب أو العمالة أو أي تُهَم خطيرة شيهة.

ت - تغذية النعرات العنصرية أو الجهوية أوالطائفية أو القبلية التي من شأنها تمس من الوحدة الوطنية ومن الحقوق الأساسية.

ث - الشتم والتشهير والتحقير.

تُعرض الأطراف المُصادقة على ميثاق الشرف عن توزيع المنشورات والملصقات المحتوية على عبارات أو على مواد يمكن أن تشكل تهديدًا أو تحريضًا على العنف سواء بشكل علني أو متستر كما تعرض عن نشرها أو التشجيع على ذلك عبر الإشاعة والشبكات الاجتماعية الافتراضية أو أية وسيلة أخرى.

تتجنب الأطراف انتقاد قادة ومرشحي وأنصار الأطراف المنافسة من خلال التعرض لجوانب من حياتهم الخاصة، كما تمتنع عن إطلاق انتقادات مبنيّة على ادعاءات مجانبة للحقيقة أو حقائق تَم تشويهها وعن توجيه العبارات الجارحة أو التلميحات المغرضة بشأن المرشحين أو أفراد أسرهم على أساس العرق أو المعتقد أو النوع الجنسي أو الأصل الاجتماعي أو الجهوي أو مستوى ونوعية التعليم أو أية صفات شبيهة.

الترهيب والعنف:

تتعهـد الأطـراف بمناهضـة كافـة أشـكال العنـف وبعـدم التـورط فيـه بطريقـة مبـاشرة أو غـير مبـاشرة وبالتنديـد بـه علنًـا, وتلتـزم بـأن لا تحـرض في حملاتهـا عـلى العنـف وبـأن تشـجع عـلى الكراهيـة أو تتسـبب في توتـير العلاقـات بـين المجموعـات والفئـات المختلفـة في المجتمـع. كـما تسـعى بحسـن نيـة لتوفـير التدابـير اللازمـة لتجنـب المواجهـات العنيفـة.

يعلـن كلّ طـرف مصـادق عـلى ميثـاق تمسـكه المبـدئي بكـون العنـف والترهيـب بجميـع أشـكالها أمريـن مرفوضـين, وبنـاءً عـلى ذلـك يلتـزم:

أ - بإصـدار توجيهـات تنهـي رسـميًا منظوريـه ومرشـحيه وأعضائـه والقائمـين بحملتـه عـن ترهيـب أي شـخص في أي وقـت وبالسـعي لتحسيسـهم بـضرورة رفـض العنـف والتهديـد بالعنـف وأي مـن أشـكال التخريـب والإخـلال بالنظـام العـام.

ب - برفـض توظيـف الجمعيـات أو أي شـخص أو ذات معنويـة كواجهـة للقيـام بأعـمال يحجرهـا القانـون أو يمنعهـا هـذا الميثـاق.

ث - في حـال ارتـكاب أعـمال عنـف بالتنديـد بهـا علنًـا وباتخـاذ جميـع التدابـير التأديبيـة اللازمـة وبعـدم مسـاعدة المرتكـب عـلى الإفـلات مـن العقـاب.

المواد والأدوات الانتخابية, الرموز والشعارات:

تمتنع الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن

أ - تقليد رموز أي طرف منافس.

ب- سرقـة أو تشـويه أو تدمـير التجهيـزات والممتلـكات السياسـية التابعـة لأطـراف منافسـة أو العبـث بهـا.

ث - السماح لمنخرطيها وكل الناشطين في حملتها بالقيام بما يمنعه هذا القسم.

استغلال النفوذ واستغلال الموارد العمومية:

يمتنع كل طرف مصادِق على ميثاق الشرف:

أ - عـن اسـتغلال المناصـب التـي ترتبـط بهـا سـلطة أو نفـوذ أو امتيـاز لأغـراض انتخابيـة عـن طريـق تقديـم المكافـآت أو التهديـد أو أيـة وسـيلة أخـرى.

ب - عـن اسـتخدام المـوارد العموميـة الوطنيـة أو الجهويـة أو المحليـة أو أي مـن مـوارد الدولـة الأخـرى لغايـات انتخابيـة أو لمنـع الآخريـن مـن القيـام بأنشـطة سياسـية مشروعـة.

التزامات الأطراف في حال وقوع أحداث استثنائية خطرة:

تلتـزم الأطـراف المصادِقـة عـلى ميثـاق الـشرف في حـال وقـوع حـدث اسـتثنائي مـن شـأنه تعريـض الأمـن الوطنـي للخطـر أو المسـاس مـن النظـام العـام (مـن قبيـل الأعـمال الإرهابيـة أو الاغتيـالات السياسـية أو الكـوارث الطبيعيـة... إلـخ) بالتشـاور في مـا بينهـا ومـع السـلطات المختصـة وبتجنـب كيـل الاتهامـات المجانيـة والإعـراض عـن اسـتغلال هـذه الأحـداث لتعطيـل العمليـة الانتخابيـة أو لتحقيـق مكاسـب في الانتخابـات مـع التأكيـد عـلى واجـب التنديـد بالعنـف والإرهـاب. كـما تلتـزم بالتعامـل مـع الوضـع بمسـئولية وفقًـا للمبـادئ الأساسـية التاليـة:

- الحفاظ على السلم الأهلي والأمن العام وعلى شروط استمرار السير العادي للحياة العامة.

- الحفاظ على الاستمرار في مسار الانتقال الديمقراطي والعملية الانتخابية.

- تعزيز مبادئ التضامن والوحدة الوطنية.

تأسيسًـا عـلى هـذه المبـادئ تلتـزم الأطـراف بالتواصـل مـع بعضهـا والتنسـيق فيـما بينهـا بغيـة التخفيـف مـن التداعيـات السـلبية للحـدث ودرء المخاطـر التـي يمكـن أن تهـدد الأمـن العـام والمصلحـة العليـا للوطـن، وتعمـل عـلى إصـدار إعـلان مشـترك يقـوم عـلى تأكيـد هـذه الأهـداف

والمبادئ وتقوم بإحداث خلية للتنسيق والتعاون وإدارة الأزمة وترشيد مواجهتها إن اقتضى الأمر.

إدارة الحملة:

تتعهد الأطراف باحترام حقوق المنافسين وباتخاذ جميع التدابير الضرورية والمعقولة لاحترام حق الجميع في إجراء حملاتهم الانتخابية في جو من الصفاء، يلتزم بغية ذلك كل طرف مصادق على ميثاق الشرف باحترام ما يلي والحث على احترامه:

أ- حقوق جميع الأطراف المنافسة وحريتها في التجمع السلمي وفي القيام بحملتها الانتخابية وفي بلوغ الناخبين والاتصال بهم ونشر أفكارها ومبادئها وبرامجها السياسية وفي عقد الاجتماعات العامة والنفاذ إلى وسائل الإعلام والقيام بحملات سياسية بكل حرية وكذلك نشر وتوزيع أدبياتها وموادها الانتخابية دون قيد أو إكراه أو ترهيب في حدود ما يسمح به القانون والنصوص والتراتيب والضوابط المتصلة.

ب- حقوق المواطنين في المشاركة في الأنشطة السياسية.

ت - الحدود والشروط التي يفرضها القانون والنصوص والتراتيب والضوابط المتصلة بشأن تمويل الحملة الانتخابية ومدتها الزمنية.

ث - روح القانون والحدود التي يفرضها على الدعاية الانتخابية وعلى النفاذ إلى وسائل الإعلام, والنصوص والتراتيب والضوابط المتصلة.

ج - حياد الإدارة ودور العبادة والمؤسسات العمومية والتربوية ومبدأ عدم استغلال الموارد المالية والبشرية والمادية للمؤسسات العمومية والخاصة ومواقع القرار والنفوذ فيها لأغراض الدعاية الانتخابية.

تتعهد الأطراف بعدم:

أ - مضايقة الصحفيين أو التدخل في ممارستهم لأنشطتهم المهنية وعن القيام بكل ما من شأنه تعطيل حرية الصحافة.

ب - الحيلولة دون ممارسة المترشحين الآخرين لحقهم في توزيع المنشورات والملصقات؛ والقيام بحجب أو تشويه أو نزع ملصقات المترشحين الآخرين.

ت - منع أي طرف منافس من تنظيم التجمعات والمهرجانات والمسيرات أو غيرها من التظاهرات المسموح بها قانونًا.

ث - التدخل المباشر في حال قيام طرف منافس أو أي طرف آخر بما يمكن أن يكون مخالفًا للتشريعات السارية المفعول والاحتكام إلى السلطات والمؤسسات الرسمية المنوط بعهدتها تطبيق القانون.

ج - محاولة حرمان أي شخص من حقه في المشاركة في التجمعات السياسية التابعة لطرف منافس.

ح - نشر تقارير استطلاعات الرأي وعمليات سبر الآراء عبر أي وسيلة من وسائل الاتصال خلال فترة الصمت التي يفرضها القانون والنصوص والتراتيب والضوابط المتصلة.

خ - السماح لنشطائها بالقيام بما يمنعه هذا القسم.

بهدف الحد من مخاطر الفوضى والاشتباكات تلتزم الأطراف عند تنظيمها للاجتماعات والتجمعات والمسيرات والتظاهرات السياسية بـ

- إعلام السلطة المعينة وإمدادها بتوقيت الحدث وتاريخه ومكانه في الآجال التي يضبطها القانون.
- احترام القوانين والتوجيهات المتعلقة بحفظ النظام والأمن وتيسير جولان العربات.

- توفـير لجنـة نظـام مناسـبة للغـرض يحمـل أعضاءهـا رمـزًا مميـزًا يسـمح بالتعـرف عليهـم بسـهولة.

في حالـة قيـام أكـثر مـن طـرف واحـد بتنظيـم تظاهـرات أو مسـيرات متزامنـة يقـوم المسـئولون بالاتصـال ببعضهـم وبالسـلطات المختصـة مـن أجـل العمـل عـلى تفـادي الحـوادث أو الاشـتباكات الممكنة.

تعمـل الأطـراف في الاجتماعـات العامـة والمسـيرات والتظاهـرات عـلى تفعيـل حظـر كل أصنـاف الأسـلحة وكل مـا يمكـن أن يحـل محلهـا أو يـؤدى وظائفهـا بمـا في ذلـك المفرقعـات الناريـة والمتفجـرات.

تحـرص الأطـراف عـلى أن يحافـظ مناضلوهـا وأنصارهـا عـلى نظافـة البيئـة أثنـاء التظاهـرات التـي يقومـون بهـا وأن يسـهروا عـلى أن لا تخلـف نشـاطاتهم مـوادًا ملوثـة أو مشـوهة للمحيـط.

يتحمـل المترشـحون مسـئولية ممارسـات القائمـين بحملتهـم ومناضليهـم كـما يقومـون بتزكيـة جميـع مـواد حملتهـم الدعائيـة صراحـة مـن خـلال التأشـير الواضـح عليهـا.

تسـهر الأطـراف عـلى تسـهيل نفـاذ المسـئولين والمراقبـين المعتمديـن مـن قبـل الهيئـة العليا المسـتقلة للانتخابـات لجميـع اجتماعاتهـم السياسـية العامـة ولـكل نشـاط انتخـابي يقومـون بـه كما تسـهل وتفسـح المجـال للهيئـة العليـا المسـتقلة للاتصـال السـمعي البـصري لدائـرة أو محكمـة المحاسـبات للقيـام بعملها.

عـلاوة عـلى مـا سـبق ذكـره تلتـزم الأطـراف الموقعـة بالتعـاون مـع الهيئـة العليـا المسـتقلة للانتخابـات وبالمشـاركة النشـطة في جميـع آليـات التشـاور والتنسـيق التـي تضعهـا هـذه الأخـيرة، كـما تلتـزم بالتعـاون مـع قـوات الأمـن لتعزيـز بيئـة انتخابيـة سـليمة وللحفـاظ عـلى الأمـن العـام.

العملية الانتخابية:

تتعاون الأطراف – ومرشحوها وممثلوها ونشطاؤها- مع مسئولي الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وفقًا للقانون الجاري به العمل لضمان حسن سير جميع مراحل التصويت وعمليتي الفرز وإعلان النتائج ويتأكد كل منها من أن يحمل ممثلوه المفوضون بطاقات الهوية المثبتة لصفتهم.

ويلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف:

أ - بالتعاون مع أعوان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات لضمان إجراء انتخابات سليمة ومنظمة ولضمان حرية الناخبين الكاملة ممارسة حقهم في التصويت دون التعرض لأي مضايقة أو إعاقة.

ب - بالامتناع عن أي نشاط ذي علاقة بالحملة بعد نهاية المهلة القانونية المحددة وفي الأماكن المجاورة مباشرة لمراكز الاقتراع.

ت - بضمان سلامة أعوان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وأمنهم قبل الانتخابات وأثناء وبعدها.

ث - باحترام الأعوان والمراقبين والمشرفين المعتمدين على الانتخابات.

ج - بالحفاظ على سرية التصويت والمساعدة على احترامها.

تمتنع الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن:

أ - الحصول على أصوات عن طريق التواجد داخل مكاتب الاقتراع أو القيام بأنشطة غير قانونية في تلك المكاتب أو في الأماكن المحيطة بها.

ب - نشر معلومات كاذبة حول العملية الانتخابية أو محاولة تضليل الناخبين.

ت - القيام بأي شكل من أشكال الضغط أو التضليل على الناخبين من أصحاب الاحتياجات الخاصة أو الأميين أو ذوي القدرات المحدودة وعن استغلال النفوذ للحد من حرية اختيارهم.

ث - إعاقة عمل أعوان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات أو التشويش على عملية التصويت أو عملية فرز الأصوات.

تمتنع الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن:

أ - تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا للناخبين بما يتجاوز ما يسمح به التشريع وعن ترهيبهم أو تهديدهم قصد إجبارهم على التصويت لصالح حزب أو مرشح معين أو ضده وكذلك عن تحريضهم على عدم التصويت لصالح حزب أو مرشح معين أو ضده وكذلك عن تحريضهم على عدم التصويت.

ب- تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا للأشخاص وعن ترهيبهم أو تهديدهم قصد إجبارهم على الترشح أو عدم الترشح وكذلك عن إجبارهم على سحب أو عدم سحب ترشحهم.

ت - تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا لأي أشخاص بما يتجاوز ما يسمح به التشريع وعن ترهيبهم أو تهديدهم قصد إجبارهم على تزكية مترشح أو عدم تزكيته.

ث - محاولة تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا لعون أو مسئول من الهيئة العليا المستقلة للانتخابات أو أي مؤسسة رسمية لدعم أو عرقلة انتخابات مرشح بعينه.

ج - عن استعمال وسائل نقل بغرض التأثير على الناخبين يوم الاقتراع.

ح - السماح بأي شكل من التزوير أو بانتحال هوية ناخبين.

كما تسعى الأطراف أثناء كل مراحل المسار الانتخابي لتوفير عناصر تكافؤ الشروط والفرص لأجل مشاركة أفضل للنساء والشباب والمسنين, وتبذل ما أمكن من جهد لتشجيع وتيسير مشاركة الفئات المهمشة والفقيرة وذات الإمكانات المتدنية.

قبول نتائج انتخابات واستفتاءات حرة ونزيهة:

يلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف:

أ - بقبول نتائج الاقتراع حين الإعلان عنها والمصادقة على صحتها من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات, والاعتراف بالمؤسسات المنبثقة عنها.

ب - باعتماد السبل القانونية للطعون والامتثال لقرارات الهيئات المسئولة عن البت فيها وعن تسوية النزاعات.

ت - بالإعراض عن الاستخدام المجحف لحق الطعن والشكوى أو القيام بتصريحات كاذبة أو عبثية أو كيدية أو بهدف عرقلة العملية الانتخابية أو تشويهها والتشكيك فيها من دون حق.

ث - بالاعتراف بالنتائج برحابة صدر في حال فوز طرف منافس وحث الأنصار على قبولها.

ج - بالتحلي عند الفوز بالتواضع وضبط النفس.

تسلم الأطراف المصادقة بأن كل المترشحين مهما كانت انتماءاتهم يصبحون فور انتخابهم ممثلين لكافة الشعب فتلتزم بالتصرف على هذا يصبحون فور انتخابهم ممثلين لكافة الشعب فتلتزم بالتصرف على هذا الأساس قبل الاقتراع وأثناءه وبعده مهما كانت نتائج الانتخاب.

التمويل والشفافية:

وعيًا منها بحساسية المسألة المالية وتأثيرها الجسيم على نزاهة العملية الانتخابية ومصداقيتها وبأهمية احترام مقتضيات الشفافية ودرء كل مظاهر اللبس والريبة فيما يتعلق بتمويل الأنشطة السياسية وبالتوظيف السليم للمال قبل الحملة وأثناءها وبالتصرف

الرشيد فيه وفق المبادئ والقواعد التي ينص عليها القانون وبعدم استعماله في أنشطة من شأنها التأثير السلبي على الناخب بشراء ذمته والنيل من كرامته, وإعلاءً منها لمبادئ الشرف وحسن النية في الإدارة المالية للحملات الانتخابية.

تلتزم الأطراف المصادقة بـ

أ - الامتثال لمبدأ التخصيص المالي المرتبط بالطابع الانتخابي للنفقات وللضوابط التي جاء بها القانون والنصوص والتراتيب والضوابط المتعلقة بالتمويل الذاتي والخاص والعمومي؛ وباحترام سقف النفقات الانتخابية بما يضمن المساواة بين مختلف الأطراف المتنافسة.

ب - بذل كل العناية والحرص والدقة عند إجراء العمليات المالية من خلال الحساب البنكي الوحيد بما يضمن شفافيتها ومصداقيتها.

ت - فتح حساب بنكي وحيد وتنزيل جميع العمليات به من قبض وصرف ثم غلقه طبقًا للتشريع الجاري به العمل والنصوص والتراتيب والضوابط المتصلة.

ث - التدقيق في مصدر كل تحويل بنكي أو بريدي أو تمويل يقوم به كل شخص لفائدتها بما يكفل الحؤول دون خرق المقتضيات القانونية.

ج - الحرص على متابعة جميع العمليات والاحتفاظ بجميع الوثائق المثبتة لها بشكل يسهل كل عملية مراقبة ومتابعة.

ح- إيداع جميع الوثائق والمستندات بما في ذلك الحساب الجاري لدى الجهات الرقابية المختصة.

خ - إرجاع مقدار المنحة العمومية في صورة عدم الحصول على نسبة الأصوات المقررة في القانون الانتخابي في الآجال القانونية.

د - مسـك حسـابات قانونيـة دقيقـة ومفصلـة وتضمـين جميـع العمليـات بشـكل واضـح غـير قابـل للتأويـل.

ذ - القيـام بجميـع المصاريـف بواسـطة الصكـوك والتحويـلات البنكيـة في حـدود السـقف المضبـوط في النـص وبعـدم اسـتعمال أسـاليب التجزئـة أو أي أسـلوب آخـر قصـد التفـصي مـن هـذا الواجـب.

تمتنع الأطراف المصادقة عن:

أ - قبـول أي تمويـل أجنبـي بصفـة مبـاشرة أو غـير مبـاشرة وذلـك عـبر أشـخاص أو جمعيـات أو شركات أو جهـات حكوميـة أو غـير حكوميـة.

ب - توظيـف الجمعيـات أو أي شـخص أو ذات معنويـة كواجهـة لتمريـر أي شـكل مـن أشـكال التمويـل السـياسي الـذي يحجـره القانـون.

ت - اللجـوء إلى أي وسـيلة ملتويـة أو اسـتغلال أي فـراغ تشريعـي بغـرض القيـام بأعـمال تكـون في جوهرهـا مخالفـة لأخلاقيـات العمـل السـياسي ولـروح التشريـع النافـذ.

ث - مسك محاسبة موازية.

تلتزم الأطراف المصادقة بـ:

أ - تسهيل كل عملية مراقبة أو تدقيق مالي تقوم بها الجهات المختصة.

ب- القبـول بـأي قـرار يصـدر عـن الهيئـات الرقابيـة ومـا ينجـز عنهـا مـع تأكيـد الحـق في الاعـتراض والنقـض في إطـار الإجـراءات القانونيـة السـارية المفعـول.

تدابير تطبيق ميثاق الشرف:

يقـوم كل طـرف مصـادق عـلى هـذا الميثـاق بنـشره وتعزيـز احترامـه في جميـع المناسـبات وبـكل الوسـائل والتعريـف بـه لـدى قيادتـه وأعوانـه وأعضائـه ونشـطائه وممثليـه وأنصـاره كـما لـدى عامـة

الجمهور، وتحقيقًا لهذه الغاية تتخذ الأطراف جميع التدابير اللازمة لتحسيس مناصريها وتدريبهم وتذكيرهم كلما أمكن بالقواعد الرئيسية للميثاق والالتزامات التي يتضمنها.

وتعتمد آليات داخلية لتشخيص المخالفات والانتهاكات الممكنة ولاتخاذ إجراءات تأديبية بشأن ذلك كلما اقتضى الأمر والقيام بتدابير تصحيحية عمليًا، وعيًا منها بأن التعاون وتوفير المعلومة يساهمان في بناء وتعزيز ثقة الناخبين, تسعى الأطراف السياسية والمترشحة لإنشاء وترسيخ سبل الاتصال والتواصل الفعال فيما بينها من أجل إرساء الحوار البناء حول القضايا المطروحة وبغاية التوقي من النزاعات وحلها في حال حدوثها بأسر ع وقت ممكن وبشكل سلمي.

تلتزم الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف:

أ - ببذل الجهود اللازمة للمحافظة على التواصل مع الأطراف الأخرى الممضية على الميثاق.

ب - بإحداث آلية دائمة تطلق عليها تسمية «لجنة المتابعة» دورها تأطير الحوار والتنسيق بين الأطراف وإصدار التقارير ونشرها عن تنفيذ مقتضيات الميثاق وعن الإخلالات به والمخالفات؛ وتلتزم بالمشاركة النشطة فيها، تشتغل لجنة المتابعة بمعية الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والمؤسسات الأخرى ذات الاختصاص وتحت رعايتها ويمكن لها اللجوء لوساطات من خارجها إن رأت فائدة في ذلك.

ت- بتعيين ممثلين لها في لجنة التابعة واستخدام هذا بشكل أولوي لتبادل المعلومات ومناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك وتسوية لخلافات على مدار مراحل العملية الانتخابية.

ث - بالتحفظ عن كشف المداولات بينها المرتبطة بمتابعة ميثاق الشرف وتحييدها عن التوظيف الدعائي والسجلات العامة.

ج - بالسعي لإرساء التوافق ودعمه واحترامه في إطار لجنة المتابعة.

تلتـزم الأطـراف بإحالـة أيـة مسـألة تتعلـق بتطبيـق ميثـاق الـشرف أو بانتهـاكات محتملـة إلى لجنـة المتابعـة بغايـة الإعـلام واتخـاذ التدابـير الوقائيـة، كـما تلتـزم بالمشـاركة النشـطة في المناقشـات وبالمسـاهمة الفعالـة في إيجـاد الحلـول وتنفيـذ التوصيـات المنبثقـة عنهـا.

بالإضافـة لمـا سـبق ذكـره وفي سـبيل تجسـيد القواعـد الأخلاقيـة والسـلوكية التـي اعتمدتهـا تسـعى الأطـراف لعقـد توافقـات ومواثيـق شرف مـع فئـات أخـرى مـن المتدخلـين في المسـار الانتخـابي والمعنيـين بـه عـلى غـرار المؤسسـات الإعلاميـة والاتصاليـة والمنظـمات المهنيـة والنقابيـة للصحفيـين ومهنيـي الاتصـال وبوجـه خـاص تلـك التـي لا تخضـع لإشراف الهيئـة العليـا للاتصـال السـمعي البـصري، تُقـام هذه المسـاعي بالتشـاور والتنسـيق مـع هـذه الهيئـة ومـع الهيئـة العليـا المسـتقلة للانتخابـات.

تجسـيدًا لغايـة توسـيع نطـاق الترويـج للقيـم الأخلاقيـة والسـلوكية المتفـق عليهـا وتعميـم تبنـي مبـادئ العـدل والإنصـاف والنزاهـة والشـفافية في التعاطـي مـع الاسـتحقاق الانتخـابي والقبـول بالتعدديـة وممارسـة الاختيـار الحـر والمسـتنير.

تعتمـد الأطـراف أدوات مقتبسـة مـن ميثـاق الـشرف وصيـغ ميـسرة منبثقـة عنـه تضعهـا في متنـاول كافـة الفئـات الاجتماعيـة تقـوم بتوزيعهـا عـلى منظوريهـا وعـلى المواطنـات والمواطنـين عـلى أوسـع نطـاق ممكـن، كـما تقـوم بإعلانـات مشـتركة لنفـس الغايـة عنـد الاقتضـاء.

تسوية النزاعات:

تلتـزم الأطـراف المصادقـة عـلى هـذا الميثـاق بالبحـث النشـيط وفي مقـام أول عـن حلـول سريعـة وسـلمية وتشـاورية لأي خـلاف أو نـزاع قـد ينشـأ خـلال العمليـة الانتخابيـة.

في حـال فشـل الآليـات التشـاورية في فـض النـزاع تلتـزم الأطـراف بعـدم التعسـف واللجـوء إلى حـق الطعـن والشـكوى وتمتنـع عـن اسـتخدام التصريحـات الكاذبـة أو العبثيـة أو الكيديـة قصـد عرقلـة العمليـة الانتخابيـة أو تشـويهها. كـما تمتنـع الأطـراف عـن القيـام بـأي أفعـال أو تصريحـات مـن شـأنها أن تعرقـل سـير إجـراءات التقـاضي أو تـؤدي لأعـمال عنـف.

دخول الميثاق حيز التنفيذ:

تلتزم الأطراف باحترام ميثاق الشرف هذا بداية من لحظة توقيعه.

تـم إنجـاز هـذه الوثيقـة مـن خـلال الحـوار بـين مجموعـة مـن الأحـزاب السياسـية التونسـية بمسـاعدة مركـز الحـوار الإنسـاني- جويليـة ٢٠١٤ تونـس.

***

القواعد التي تحكم التغطية الإعلامية[1]

توصيات اللجنة الوزارية لمجلس أوروبا:

لجنة الوزراء, بعد الاطلاع على أحكام المادة ١٥ (ب) من النظام الأساسي لمجلس أوروبا,

إذ تلفت إلى أهمية دور الإعلام في المجتمعات الحديثة, وخصوصًا وقت الانتخابات؛

وإذ تشدد على الأهمية الخاصة لمبدأ الاستقلالية التحريرية للإعلام في فترات الانتخابات؛

وإذ تدرك الحاجة لمراعاة الاختلافات الكبيرة القائمة بين الإعلام المطبوع والبثي؛

وإذ تؤكد وجوب أن تكون تغطية الإعلام البثي للانتخابات عادلة ومتوازنة ومحايدة؛

وإذ تعتبر الأجهزة العامة للإعلام البثي تتحمل مسئولية خاصة في ضمان التغطية العادلة، والشاملة للانتخابات في برامجها، وهو ما قد يتضمن منح الأحزاب السياسية، والمرشحين وقت بث حرًا؛

وإذ تشير إلى وجوب إبلاء اهتمام خاص ببعض السمات الخاصة لتغطية الحملات الانتخابية، مثل نشر استطلاعات الرأي، والدعاية السياسية المدفوعة الأجر، وحق الرد وأيام التفكير والترتيبات الخاصة بفترة قبل الانتخابات؛

وإذ تشدد على الدور المهم لقواعد التنظيم الذاتي الموضوعة من قبل الإعلاميين أنفسهم في شكل، مثلًا، أدلة للسلوك المهني- تضع مبادئ توجيهية للممارسة السليمة لتغطية مسئولة ودقيقة ونزيهة للحملات الانتخابية؛

وإذ تدرك الطابع التكاملي للقواعد المنظمة وقواعد التنظيم الذاتي هذا المجال؛

---

١ - ترجمة غير رسمية.

واقتناعًا منها بفائدة وجود أطر عمل مناسبة للتغطية الإعلامية للانتخابات في الإسهام في إجراء انتخابات حرة وديمقراطية، مع الوضع في الاعتبار اختلاف المناهج القانونية، والعملية للدول الأعضاء في هذا المجال، وحقيقة أن هذه الأطر يمكن أن تخضع لفروع مختلفة في القانون؛

وإذ تقر بوجوب أن يحترم أي إطار تنظيمي لتغطية الانتخابات المبدأ الأساسي لحرية التعبير المحمي بموجب المادة ١٠ من الاتفاقية الأوربية لحقوق الإنسان، كما فسرتها المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان؛

وإذ تستدعي المبادئ الأساسية الواردة في القرار رقم ٢ الذي اعتمد في المؤتمر الوزاري الرابع بشأن سياسات الإعلام الجماهيري (براغ، ديسمبر١٩٩٤) والواردة في التوصية رقم آر ١٠ (لسنة ٩٦) الصادرة عن لجنة الوزراء بشأن ضمان استقلال الخدمات العامة للبث؛

توصي بأن تدرس حكومات الدول الأعضاء السبل الكفيلة لضمان احترام مبادئ النزاهة، والتوازن، والحياد في تغطية الإعلام للحملات الانتخابية، بأن تبحث تبني تدابير لتطبيق هذه المبادئ في القوانين، والممارسات الداخلية أينما تقضي الحاجة، وبما يتفق مع القانون الدستوري.

نطاق التوصية:

يجب تطبيق مبادئ الإنصاف والتوازن والحياد في تغطية الإعلام للحملات الانتخابية على جميع أشكال الانتخابات السياسية التي تُجرى في الدول الأعضاء، أي الانتخابات الرئاسية والتشريعية، والإقليمية، وكلما أمكن، على الانتخابات المحلية والاستفتاءات السياسية.

ويجب أيضًا إذا اقتضى الأمر، تطبيق هذه المبادئ على التناول الإعلامي للانتخابات التي تُجرى بالخارج، وخصوصًا عندما تخاطب وسائل الإعلام هذه مواطني البلد الذي تُجرى به الانتخابات.

أولًا: التدابير الخاصة بالإعلام المطبوع:

١- حرية الصحافة:

لا يجـوز أن تحـد الأطـر التنظيميـة للتغطيـة الإعلاميـة للانتخابـات مـن الاسـتقلال التحريـري للصحـف أو المجـلات، ولا مـن حقهـا في التعبـير عـن خيـار سـياسي مـا.

٢- وسائل الإعلام المطبوعة المملوكة للسلطات العامة:

عـلى الـدول الأعضـاء أن تتخـذ إجـراءات ينبغـي بموجبهـا عـلى وسـائل الإعـلام المطبـوع المملوكـة للسـلطات العامـة عنـد تغطيتهـا للحمـلات الانتخابيـة أن تفعـل ذلـك بطريقـة عادلـة ومتوازنـة ومحايـدة، ودون تأييـد أو تمييـز ضـد حـزب أو مرشـح سـياسي مـا.

فـإذا قبلـت هـذه الوسـائل الإعلاميـة نـشر دعايـة سياسـية مدفوعـة الأجـر في إصداراتهـا، ينبغـي عليهـا أن تضمـن أن كل مـن يطلبـون شراء مسـاحات إعلانيـة بإصداراتهـا مـن الأحـزاب، والمتنافسـين السياسـيين يتـم معاملتهـم عـلى قـدم المسـاواة وبطريقـة غـير تمييزيـة.

ثانيًا: الإجراءات الخاصة بالإعلام البثي: [١]

١- الإطار العام:

يجـب أن تشـجع الأطـر التنظيميـة، وتسـهل التعبـير التعـددي لـلآراء في الإعـلام البثـي خـلال الحمـلات الانتخابيـة.

كـما ينبغـي أن تنـص الأطـر التنظيميـة عـلى التـزام صحفيـي الإعـلام البثـي بتغطيـة الحمـلات الانتخابيـة بطريقـة نزيهـة, ومتوازنـة، ومحايـدة في كل برامجهـم، مـع الاحـترام الواجـب لاسـتقلالهم التحريـري. ويجـب أن يـسري مثـل هـذا الالتـزام عـلى كل مـن صحفيـي الإعـلام البثـي العـام، والخـاص في مناطـق الإرسـال الخاصـة بـكل منهـم.

كذلـك يجـب تطبيـق قواعـد التغطيـة العادلـة، والمتوازنـة والمحايـدة للحمـلات الانتخابيـة مـن قبـل الإعـلام البثـي، في الـدول الأعضـاء التـي تُحـدد مفهـوم «فـترة مـا قبـل الانتخابـات» بموجـب تشريـع وطنـي، في فـترة مـا قبـل الانتخابـات.

٢- برامج الأخبار والشئون الجارية:

عندمـا لا تنـص أطـر التنظيـم الـذاتي عـلى ذلـك، يجـب عـلى الـدول الأعضـاء أن تتخـذ إجـراءات ينبغـي بموجبهـا عـلى محطـات الإعـلام البثـي العامـة والخاصـة أن تتخـلى، لاسـيما وقـت الانتخابـات، بالعدالـة، والتـوازن، والحيـاد في برامـج الأخبـار، والشـئون الجاريـة الخاصـة بمـا في ذلـك البرامـج الحواريـة مثـل المقابـلات والسـجالات.

ولا يجـوز أن تمنـح محطـات الإعـلام البثـي أي معاملـة تفضيليـة للسـلطات العامـة في هـذه البرامـج، وينبغـي إبـراز هـذا الأمـر – وبشـكل أسـاسي- مـن خـلال تدابـير مناسـبة في أطـر التنظيـم الـذاتي، وإذا اقتـضى الأمـر, يجـوز للـدول الأعضـاء أن تـدرس مـا إذا كان الأمـر يسـتوجب - مـن الناحيـة العمليـة- إعطـاء السـلطات المختصـة بمراقبـة تغطيـة الانتخابـات صلاحيـة التدخـل لعـلاج أوجـه القصـور المحتمـل حدوثهـا.

٣- البرامج الأخرى:

ينبغـي إيـلاء عنايـة خاصـة للبرامـج الأخـرى, مـا دون برامـج الأخبـار، والشـئون الجاريـة، التـي لا تتنـاول مبـاشرة الحملـة الانتخابيـة، لكـن قـد يكـون لهـا أيضًـا تأثـيرًا عـلى توجهـات الناخبـين.

٤- فترة البث الحر المخصصة للمرشحين والأحزاب السياسية في الإعلام البثي العام:

يجـوز للـدول الأعضـاء أن تبحـث مـدى موائمـة أن تضمـن أطرهـا التنظيميـة أحكامًـا تُخصـص بموجبهـا فـترة بـث حـر للمرشـحين والأحـزاب السياسـية في وسـائل الإعـلام البثـي العامـة وقـت الانتخابات.

فإذا كان منح فترة البث هذه مقررًا، ينبغي أن يتم ذلك بطريقة عادلة وغير تمييزية وقائمة على معايير الشفافية, والموضوعية.

٥- الدعاية السياسية مدفوعة الأجر:

وفي الدول الأعضاء التي يُسمح فيها للمرشحين، والأحزاب السياسية بشراء مساحات إعلانية لأغراض انتخابية، ينبغي للأطر التنظيمية أن تكفل ما يلي:

- ينبغي أن تكون إمكانية شراء مساحات إعلانية متاحة لجميع الأطراف المتنافسة، وبشروط وأجور متساوية.

- أن يكون الجمهور على علم بأن الرسالة هي إعلان سياسي مدفوع الأجر.

يجوز للدول الأعضاء أن تنظر في استحداث بند في أطرها التنظيمية، يحدد قدر مساحة الإعلان السياسي التي يُخول لحزب، أو مرشح ما شراؤها.

ثالثًا: إجراءات تتعلق بكل من الإعلام المطبوع والبثي:

١- التوقف عن الحملات الانتخابية «يوم التفكر»:(٢)

يجوز للدول الأعضاء أن تبحث في جدوى إدراج نص في أطرها التنظيمية يحظر نشر الدعاية الانتخابية الحزبية في السابق على يوم الاقتراع.

٢- استطلاعات الرأي:

يجب أن تكفل الأطر التنظيمية، وأطر التنظيم الذاتي أن وسائل الإعلام عند نشرها لنتائج استطلاعات الرأي تزود الجمهور بمعلومات كافية لإصدار حكم حول قيمة الاستطلاعات، وقد تتضمن مثل هذه المعلومات، بصفة خاصة:

- تسمية الحزب السياسي، أو منظمة، أو الشخص الذي كُلف بعمل الاستطلاع وبمصاريفه.

- تحديد المنظمة التي تُجري الاستطلاع، والمنهجية المستخدمة في إجرائه.
- بيان حجم العينة المستخدمة في إجراء الاستطلاع، وهامش الخطأ في النتائج.
- بيان تاريخ و/ أو الفترة التي أُجري فيها الاستطلاع.

أما جميع المسائل الأخرى التي تتعلق بالطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام نتائج استطلاعات الرأي فيجب تقريرها من قبل وسائل الإعلام نفسها.

وأي قيد من قبل الدول الأعضاء يحظر نشر/بث استطلاعات الرأي في يوم الاقتراع، أو في عدد من الأيام قبل الانتخابات ينبغي أن يخضع للمادة ١٠ من الاتفاقية الأوربية لحقوق الإنسان كما فسرتها المحكمة الأوربية لحقوق الإنسان.

وبالمثل يجوز للدول الأعضاء أن تقرر، بالنسبة لاستطلاعات اتجاهات تصويت الناخبين عند خروجهم من مراكز الاقتراع حظر نشر وسائل الإعلام لنتائج هذه الاستطلاعات إلى أن تُعلق جميع مراكز الاقتراع في الدولة.

٣- حق الرد.

٤- نظرًا لقصر فترة الحملة الانتخابية فإن مرشح, أو حزب سياسي يستحق حقًا في الرد -في إطار القانون أو الأنظمة الوطنية- يجب تمكينه من ممارسة هذا الحق خلال فترة الحملة الانتخابية.

رابعًا: تدابير لحماية الإعلام أثناء الانتخابات:

١-عدم تدخل السلطات العامة:

ينبغي على السلطات العامة أن تنأى عن التدخل في عمل الصحفيين, وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات.

٢- حماية وسائل الإعلام من الهجوم عليها، أو تهديدها، أو أي ضغوط غير مشروعة أخرى:

يجب على السلطات العامة أن تتخذ التدابير الواجبة للحماية الفعالة للصحفيين ولغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام ولمقرات عملهم، وتزداد أهمية هذه الحماية خلال الانتخابات، وفي الوقت نفسه، لا ينبغي لهذه الحماية أن تعيق قيامهم بعملهم.

***

مذكرة تفسيرية

مقدمة:

١- يلعب الإعلام دورًا مهمًا في المجتمع الحديث كوسيلة لنشر المعلومات، ويكتسب هذا الدور أهمية خاصة وقت الانتخابات، نظرًا لحقيقة أو وسائل الإعلام، عبر أداء أنشطتها بطريقة نزيهة، تُسهم في إيجاز انتخابات حرة، وديمقراطية.

٢- الانتخابات الحرة، والنزيهة إحدى الدعائم الأساسية للدول الديمقراطية، والتزام مجلس أوروبا تجاه جميع المسائل المتعلقة بحقوق الإنسان، والديمقراطية يقوده إلي بحث مسألة الإعلام والانتخابات من منظور أوربي من خلال المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام (إم إم- إس- إي بي) (٣).

٣- الاختصاصات الواسعة للمجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام، والتي أعدت بموجبها هذه التوصية، وُضعت لكي تقوم المجموعة بتحديد ودراسة الموضوعات التي يمكن أن تساعد على تشجيع تكامل الدول الأعضاء الجدد في مجال الإعلام؛ لذلك كانت مهمة المجموعة بحث الموضوعات المتعلقة بقوانين وسياسات الإعلام التي تهم كلًا من الديمقراطيات الجديدة، والدول الأعضاء القدامى في مجلس أوروبا.

٤- ففي عام ١٩٩٦، وعند مناقشة برنامج عملها في المستقبل، قررت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام أن تطور موضوع الإعلام والانتخابات؛ لأنه يقع ضمن اختصاصاتها، ولأن الموضوع له بعد أوروبي شامل يهم بلدان أوروبا الوسطى، والشرقية والغربية على حد سواء.

٥- لقد كان أول إجراء اتخذته المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام -بهدف تكوين نظرة شاملة عن هذا الموضوع- أن عقدت اجتماعًا للاتصال بالإعلاميين ذوي الاختصاص، وقد ضم الاجتماع ممثلين عن السلطات التنظيمية للبث، وعن

المنظمات غير الحكومية المدافعة عن حرية التعبير، وعن معاهد البحوث، وصحفيين ومستشارين سياسيين، من ذوي الخبرة العملية في تغطية الانتخابات.

٦- اتضح خلال الاجتماع أن التغطية الإعلامية للانتخابات مسألة معقدة يمكن معالجتها عبر تدخل تنظيمي، أو عبر التنظيم الذاتي أو هي مسألة متروكة حتى دون تنظيم في بعض الدول الأعضاء، ثمة إذن مجموعة متنوعة من المقتربات لهذه المسألة.

٧- إن الأطر التنظيمية المتضمنة أحكامًا حول مساواة وسائل الإعلام بين الأحزاب السياسية في المعاملة موجودة في بلدان كثيرة، لكن بصفة عامة ثمة أوجه قصور في الممارسة، وبعض هذه الأطر غير كافية، وهو أحد الأسباب التي دفعت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام أن تقرر إعداد توصية بشأن تغطية الإعلام للانتخابات.

٨- وقد اعتبر أن وضع بعض المبادئ العامة في هذا الشأن في شكل توصية من لجنة الوزراء، قد يكون مفيدًا في صيانة حرية التعبير وقت الانتخابات، وتكون هذه المبادئ بمثابة دليل إرشادي للصحفيين، والسياسيين، والقضاة المشاركين في العملية الانتخابية، بالإضافة إلى ذلك، فقد تم التأكد من أن مثل هذه التوصية يمكن أن تفيد أيضًا في حماية الصحفيين من الضغوط السياسية أثناء الحملات الانتخابية.

٩- إن الشعور بالحاجة إلى وجود إطار تنظيمي واضح لأداء وسائل الإعلام أثناء الانتخابات يتجلى بصورة خاصة في بعض الديمقراطيات الحديثة، حيث تُعتبر مثل هذه الأطر ضرورية لضمان توافر حد أدنى من معايير الانتخابات الديمقراطية.

١٠- ثمة ميزة أخرى للتنظيم المحكم في هذا المجال؛ وهي أنه يمكن أن يسهم في صياغة المعايير بين الإعلاميين المتخصصين في تغطية الانتخابات.

١١- لقد تبنت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام عند إعداد التوصية منظورًا واسعًا ليشمل مختلف الأوضاع على المستوى الوطني، وكانت حذرة في تجنب

أي نـوع مـن التدخـل في الاسـتقلالية التحريريـة لوسـائل الإعـلام، وبالإضافـة إلى ذلـك، هنالـك إقـرار في أنحـاء التوصيـة بقيمـة إجـراءات التنظيـم الـذاتي المتبنـاة مـن قبـل الإعلاميـين أنفسـهم، مثـل أدلـة السـلوك المهنـي، أو مواثيـق الـشرف الصحفـي.

١٢- وفي السـياق السـابق قامـت المجموعـة عـبر الحكوميـة للمتخصصـين في الإعـلام بإعـداد التوصيـة المتعلقـة بالتغطيـة الإعلاميـة للحمـلات الانتخابيـة، واسـتغرق إعـداد هـذه التوصيـة خمسـة اجتماعـات برئاسـة السـيدة «كارولـين موريسـون Carolyn Morrison » (المملكـة المتحـدة) وأتمـت مجموعـة المتخصصـين في الإعـلام عملهـا مـن منظـور أوروبي في مـارس/ آذار ١٩٩٩، وبعـد موافقـة اللجنـة التوجيهيـة للإعـلام(٤)، اعتمـد النـص مـن قبـل لجنـة الـوزراء في ٩ سـبتمبر/ أيلـول ١٩٩٩ تحـت مسـمى التوصيـة رقـم أر (٩٩) ١٥.

***

تعليقات على أحكام التوصية

ديباجة:

تحدد الديباجة الأهداف والمبادئ الأساسية لهذه التوصية، ومعظم الأفكار الواردة في الديباجة مشروحة بمزيد من التفصيل في الجزء التنفيذي من التوصية.

تشير الديباجة إلى الحاجة إلى تحقيق التوازن الأمثل بين احترام الاستقلالية التحريرية للإعلام، والحاجة إلى قواعد معينة تضمن نزاهة الإعلام وقت الانتخابات، والتأكد على هذا التوازن من أهم الشواغل في كل ثنايا التوصية.

كما تُبرز الديباجة أيضًا قيمة التنظيم الذاتي في ضمان نزاهة الإعلام أثناء الانتخابات، فمن المسلم به أن التدابير الطوعية المتبناة من قبل الإعلاميين أنفسهم، لاسيما في شكل دليل السلوك المهني المتعلق بالحملات الانتخابية، أو القواعد الإرشادية الداخلية للأداء السليم لتغطية مسئولة ونزيهة للحملات الانتخابية، مفيدة وهي خطوة تكميلية ضرورية للتشريعات، أو القواعد الموضوعة من قبل الدولة في هذا المجال.

نظرًا للأهمية المدركة للإعلام البثي، وتأثيره على الناخبين، فإن معظم المبادئ الواردة في التوصية تشير إلى الإعلام البثي. وتشير الديباجة إلي وجوب إيلاء الواجب للاختلافات المهمة بين الإعلام المطبوع والإعلام البثي.

وتعيد الديباجة أيضًا ذكر مبدأ التغطية العادلة، والمتوازنة، والنزيهة للانتخابات من قبل الإعلام، كما يرد في الديباجة كذلك ذكر مسائل أخرى مثل تخصيص وقت بث حر للأحزاب السياسية، أو لجوء الأحزاب السياسية إلى الدعاية مدفوعة الأجر، أو استخدام الإعلام لاستطلاعات الرأي خلال الحملات الانتخابية.

التوصية:

وفيما يخص صياغة التوصية الفعلية، فقد اتجهت إلى أنه ينبغي أن يُطلب من الدول الأعضاء أن تدرس سبلًا لضمان احترام مبادئ التغطية العادلة، والمتوازنة، والنزيهة للانتخابات من قبل الإعلام، وأن نبحث تبني تدابير لتطبيق هذه المبادئ في القانون، والممارسة المحلية عند الاقتضاء وبما يتفق والقانون الدستوري، وقد اعتُبرت الإحالة الأخيرة ضرورية كضمانة، نظرًا للاختلافات بين الدول الأعضاء في هذا المجال.

نطاق التوصية:

من حيث المبدأ، تغطي التوصية إلى حد ما كل أنواع الإعلام المطبوع والبثي، العام أو الخاص، ومع ذلك، فإن معظم الأحكام تخص الإعلام البثي بنوعيه العام والخاص، وفي كل مبدأ أو حكم تحدد التوصية نوع الإعلام الذي يشير إليه هذا المبدأ أو الحكم.

وفيما يخص نوع الانتخابات المشار إليها في التوصية، فإن كل الانتخابات السياسية التي تجرى في الدول الأعضاء مشمولة من حيث المبدأ، ويعني ذلك الانتخابات الرئاسية والتشريعية (بما في ذلك انتخابات البرلمان الأوروبي) والإقليمية، والبلدية، وكذلك الاستفتاءات السياسية، لكن من المسلم به أن بعض الأحكام لا تطبق مباشرة على كل هذه الانتخابات لأنه - على سبيل المثال- قد يصعب تطبيق بعض المبادئ على صعيد الانتخابات المحلية.

وإذا اقتضى الأمر، يُعتبر تطبيق مبادئ التغطية العادلة، والمتوازنة، والنزيهة للانتخابات من قبل الإعلام واجبًا أيضًا على الانتخابات تجرى في البلد الذي تقع فيه الوسيلة الإعلامية.

فعلى الرغم من أنه من الطبيعي والمشروع أن تغطي وسائل البث المحلية (أي الوسائل التي لا تخاطب مواطني البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات) الانتخابات الأجنبية من منظور

وطني، فإنه ينبغي عليها فعل ذلك بطريقة متوازنة، لاسيما إذا كان يتسنى لقطاع كبير من سكان البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات استقبال بثهم.

من الجانب الأخر، ينبغي على وسائل الإعلام البثي التي تخاطب مواطني البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات احترام مبادئ النزاهة، والتوازن، والحياد بدرجة أكبر، ويسري ذلك بصورة أساسية في حالتين:

أ - عندما تخاطب وسيلة الإعلام البثي جمهور البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات.

ب - عندما تخاطب وسيلة الإعلام البثي أعضاء جالية مغتربة (عمالًا مهاجرين على سبيل المثال) يتمتعون بحق التصويت في البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات.

***

التدابير المتعلقة بالإعلام المطبوع

بصفة عامة لا توجد قواعد خاصة لتنظيم كتابة التقارير أو أسلوب التحرير في تغطية الصحافة للانتخابات التي تُجرى في الدول الأعضاء بالمجلس الأوروبي، فالصحافة حرة في أن يكون لها توجه سياسي مميز، انطلاقًا لاختلاف طبيعة الإعلام المطبوع عن الإعلام البثي؛ فنسبة إطلاع الجمهور على الصحف، ودرجة تأثيره بها تختلفان بشكل ملحوظ بالمقارنة مع الإعلام البثي.

وعلى الرغم مما تقدم، فإن ثمة حالة واحدة تبرر وجود إطار تنظيمي لوسائل الإعلام المطبوع وقت الانتخابات، وهي أن تكون وسيلة الإعلام المطبوع مملوكة لسلطة عامة، يبدو منطقيًا وجوب أن تكون الوسيلة تحت الالتزام بتقديم وجهة نظر واسعة تمثل محيط الآراء السياسية ككل، ولا تشمل هذه الحالة الجرائد الرسمية للدولة، التي تنشر فقط التشريعات، أو الإحصاءات أو غيرها من المعلومات الرسمية.

إن تنشر الإعلانات مدفوعة الأجر من الممارسات الشائعة في وسائل الإعلام للمطبوعة في أوروبا، ولذلك فإن مالكي الصحف أحرار - من حيث المبدأ- في قبول أو رفض طلبات الإعلان من الأحزاب السياسية، بشرط تطبيق القواعد العامة ذات الصلة، لاسيما تلك المتعلقة بالمنافسة، لكن يبقى أن التوصية تعتبر أنه عند امتلاك سلطة عامة صحفية ما، فإن المساواة في المعاملة، والتعريفات غير التمييزية ينبغي تطبيقها على جميع الأحزاب السياسية التي تطلب شراء مساحات إعلانية، ومرة أخرى، فإن الهدف من وراء هذا الاستثناء أنه يتعين على مثل هذه الصحف أن تؤدي «مهمة خدمية عامة»، وأن تعامل مختلف الأحزاب السياسية على قدم المساواة فيما يخص الإعلان مدفوع الأجر.

***

التدابير المتعلقة بالإعلام البثي

الإطار العام:

إذا روعيت اعتبارات التعددية من قبل محطات الإعلام البثي، فسيسهم ذلك في عقد انتخابات نزيهة، هذا هو المنطق من وراء التوصية التي نفيد بأن الأطر التنظيمية يجب أن تشجع وتسهل تعددية التعبير عن الآراء في الإعلام البثي؛ فأغلب الظن أنه إذا تبنت محطات الإعلام البثي مقتربًا تعدديًا؛ وعكست مختلف الآراء على الساحة السياسية، يمكنها أن تسهم في إعلام الناخبين، وفي التشكيل الحر لآرائهم, ومن ثم في عمل انتخابات حرة ونزيهة.

بينما تتمتع الصحافة المطبوعة بحرية في تغطية الانتخابات، فغالبًا ما تضطر محطات الإعلام البثي إلى أن تتبع عددًا من الالتزامات وقت الانتخابات؛ لذلك تجعل التوصية من وجوب الإعلام البثي للانتخابات بطريقة عادلة، ومتوازنة، ومحايدة مبدءًا عامًا، ولا يعني ذلك بالطبع أن كل محطة بث (كقناة رياضية متخصصة مثلًا) ملزمة بتغطية الحملات الانتخابية؛ بل يعني أنه عند تقديم تغطية لانتخابات سواء بشكل طوعي أو إلزامي، يجب أن يتم ذلك بطريقة عادلة ومتوازنة، ومحايدة ولا يعني مبدأ المساواة في المعاملة بين جميع الأطراف المشاركة في الانتخابات بالضرورة تخصيص وقت متساوي الأطراف، بل يعني التيقن من التعرف على كل ذي أهمية من وجهات النظر، ومن الأحزاب السياسية، إنه يعني الالتزام بالحوار الديمقراطي في الإعلام البثي، فالحياد السياسي للإعلام البثي يُعد ضروريًا، لإعطاء صورة حقيقية ودقيقة لسير الانتخابات وتقييمها.

وفي ضوء ما تقدم، تشير التوصية إلى وجوب أن تتضمن الأطر التنظيمية في الدول الأعضاء مبدأ المعاملة العادلة، والمتوازنة والمحايدة للأحزاب السياسية من قبل الإعلام البثي، إن مبدأ من هذا النوع يتواجد بالفعل في دساتير، أو تشريعات عدد من البلدان.

عـلى الرغـم مـن وجـود تشريعـات تتضمـن مثـل هـذا المبـدأ، فإنـه مـن المسـلم بـه أيضًـا أن النظـم الداخليـة لوسـائل الإعـلام البثـي، وأدلـة السـلوك المهنـي (أي كل أنـواع إجـراءات التنظيـم الـذاتي) سـتكون هـي العوامـل التـي تحـدد بدرجـة الكيفيـة التـي تُغطـى بهـا الانتخابـات بالفعـل.

تؤكـد التوصيـة أن الالتـزام بتغطيـة الانتخابـات بطريقـة عادلـة ومتوازنـة, ومحايـدة يجـب أن ينطبـق عـلى كل مـن وسـائل الإعـلام البثـي العامـة والخاصـة، وهنـاك إجـماع عـلى وجـوب أن تقـدم وسـائل الإعـلام البثـي المـمولـة مـن الدولـة صـورة كاملـةً، ومحايـدةً للطيـف السـياسي عنـد تغطيتهـا للانتخابـات نظـرًا لطبيعـة رسـالة مثـل هـذه الوسـائل، وهـي خدمـة الصالـح العـام، وتقديـم طائفـة متنوعـة، وتعدديـة، وواسـعة مـن الآراء في جميـع الأوقـات خاصـة في فـترات الانتخابـات.

أمـا فيـما يخـص محطـات الإعـلام البثـي الخاصـة، فإنـه ينبغـي عـلى مثـل هـذه المحطـات أيضًـا أن تلتـزم بمبـادئ الحيـاد؛ حيـث هـي الأخـرى دورًا مهـمًا في تشـكيل الـرأي العـام وقـت الانتخابـات. لذلـك يجـب عـلى جميـع محطـات الإعـلام البثـي الخاصـة، بـصرف النظـر عـن حجـم جمهورهـا، أو نطـاق تغطيتهـا، أوكونهـا قنـوات متخصصـة، أو مدفوعـة، أن تخضـع للالتزامـات الخاصـة بالحيـاد عنـد تناولهـا للانتخابـات، لكـن مـن المسـلم بـه أن هـذا المبـدأ قـد يُضطـر إلى مراجعتـه في المسـتقبل، وأن تُراعـى الاسـتثناءات في حالـة قـد يـؤدي تعـدد القنـوات، والتطـورات في دور الإعـلام البثـي إلى وضـع قريـب مـن ذلـك الـذي يوجـد حاليًـا في قطـاع الإعـلام المطبـوع.

جانـب أخـير ينبغـي أخـذه ففـي الاعتبـار عنـد التـزام محطـات الإعـلام البثـي بـأن تكـون عادلـة، متوازنـة، محايـدة، وهـو أن التحقـق مـن احـترام محطـة مـا لهـذا المبـدأ يجـب أن تكـون عـلى مسـتوى خدمـة للبرامـج الخاصـة بالمحطـة ككل عـلى مـدار فـترة مـا مـن الزمـن، وليـس بالـضرورة في كل برنامـج، فلابـد لوسـائل الإعـلام البثـي أن تكـون متوازنـة وأن تقـدم مختلـف وجهـات النظـر السياسـية خـلال الحملـة الانتخابيـة ككل.

وفي البلـدان التـي تأخـذ بفكـرة فـترة مـا قبـل الانتخابـات، عـادة مـا يُفهـم هـذه الفـترة هـي الفـترة بـين الإعـلان الرسـمي عـن الانتخابـات، (أو الدعـوة للانتخابـات التـي تُنـشر في الجريـدة الرسـمية) والافتتـاح الفعـلي للحملـة الانتخابيـة، بيـد أن عـددًا كبـيرًا مـن البلـدان لا تفـرق بصـورة رسـمية بـين فـترة مـا قبـل الانتخابـات, والفـترة الرسـمية للحملـة الانتخابيـة.

ليـس مـن السـهل دائمًـا التمييـز بـين عمليـة الانتخـاب والنشـاط السـياسي العـادي, فقـد يحـاول بعـض الأطـراف نقـل رسـالتهم إلى الجمهـور في جميـع الأوقـات، بمـا في ذلـك في فـترة مـا قبـل الانتخابـات؛ لذلـك أحيانًـا مـا يُعتـبر مـن واجـب وسـائل الإعـلام البثـي التـزام الحيـاد، وعـدم التمييـز في هـذه الفـترة أيضًـا، وتتضمـن التوصيـة نصًـا بهـذا المعنـى؛ بهـدف ضـمان أن تكـون هـذه الوسـائل عادلـة، ومتوازنـة في تغطيتهـا للأخبـار «العاديـة» خـلال فـترة مـا قبـل الانتخابـات حيـث قـد تـؤدي مثـل هـذه الأخبـار إلى نشـاط انتخـابي.

برامج الأخبار والشئون الجارية:

ويُعتـبر الالتـزام بالنزاهـة، والحيـاد ذا أهميـة، والحيـاد ذا أهميـة خاصـة سـواء في برامـج الأخبـار والشـئون الجاريـة، أو البرامـج الحواريـة نظـرًا لأن بعـض النـاس يعتمـدون، بدرجـة مـا عـلى هـذه البرامـج في تشـكيل توجهاتهـم التصويتيـة.

تعمـل برامـج النقـاش، مثـل المقابـلات والسـجالات كمتمـمات للتغطيـة الإخباريـة العاديـة للانتخابـات, وتكتسـب أهميـة لكونهـا تُمكـن الجمهـور مـن عقـد مقارنـات مبـاشرة بـين المرشـحين؛ لذلـك ينبغـي لتلـك الأشـكال مـن البرامـج أن تعمـل بطريقـة عادلـة، لكـن تقريـر الكيفيـة التـي يجـب تحقيـق هـذه العدالـة مـن خلالهـا (مثـل تقريـر شـكل، وعـدد المشـاركين، ومـدة المشـاركة.... إلـخ) ينبغـي أن يُـترك لرؤيـة هيئـة الإعـلام البثـي نفسـها.

ثمـة مشـكلة أحيانًـا مـا تنشـأ فيـما يخـص التغطيـة الإخباريـة لحملـة انتخابيـة وهـي أن المسـئولين الحاليـين في الحكومـة، أي مرشـحين يشـغلون بالفعـل مناصـب رسـمية, قـد يحاولـون

كسب ميزة لا تحق من خلال التغطية الإخبارية الإضافية لأعمالهم الرسمية، ولذلك تشدد التوصية على أنه لا ينبغي إعطاء السلطات العامة أي معاملة تفضيلية في هذه البرامج.

إن تجنب المعاملة التفضيلية ينبغي أن يكون الهدف الرئيسي، فإن كان لمثل هذه المعاملة أن تحدث ينبغي أن تُتخذ تدابير لإعادة التوازن في صالح الأحزاب/ المرشحين المتضررين، ويُعتبر النص على تصحيح الوضع في إجراء من إجراءات التنظيم الذاتي واجبًا كما يُستحسن أن تُبرر الأدلة الإرشادية الداخلية لأجهزة الإعلام البثي الالتزام بالامتناع عن التغطية المفرطة أو التفضيلية لسياسي حالي، أو بمعادلتها، وقد يكون الخيار المحتمل الآخر للتعامل مع مثل هذه الحالات والذي ورد ذكره في التوصية، أن تُخول السلطةُ بمراقبة تغطية الانتخابات (سواء كانت جهاز تنظيم البث أو مفوضية الانتخابات أو غيرهما) بصلاحيات للتدخل، ولتعويض المرشحين المتضررين.

البرامج الأخرى:

ثمة أنواع معينة من البرامج التي لا ترتبط مباشرة بتغطية الحملة الانتخابية مثل البرامج الحوارية أو البرامج الكاريكاتيرية الساخرة التي تحوي دمى لسياسيين، أو برامج التحقيقات «ذات التوجه السياسي» وينبغي إبلائها الاهتمام أيضًا لما قد يكون لها من تأثير على التوجهات التصويتية للناخبين، فأحيانًا ما يُمكن لمثل هذه البرامج أن تُغطي مرشحًا أو حزبًا سياسيًا ما أفضلية غير عادلة.

وذلك مجال لابد هو الآخر من أن تُترك معالجته بصورة رئيسية لمحطات الإعلام البثي ذاتها من خلال القواعد التوجيهية الداخلية الخاصة بها, لذا تكتفي التوصية فقط بالنُصح بوجوب إبلاء انتباه خاص للبرامج الترفيهية التي قد يكون لها تأثير على الناخبين، بحيث لا يحصل أحزاب أو مرشحون معينون على أفضلية غير عادلة دون غيرهم.

فترة البث الحر في وسائل الإعلام البثي العامة:

مـن المألـوف في العديـد مـن البلـدان أن تسـتخدم الأحـزاب السياسـية وسـائل الإعـلام البثـي العامـة، مجانًـا لإيصـال برامجهـا الانتخابيـة، وهـو مـا يطلـق عليـه عـادة «فـترة البـث الحـر(٥)» أو «دعايـة سياسـية مجانيـة (٦)» وهـو شـكل مبـاشر للاتصـال بـين السياسـيين والناخبـين، دون أي دور وسـيط لوسـائل لإعـلام، ومـن أهـم مزايـا إعطـاء الأحـزاب السياسـية فـترة للبـث الحـر أن ذلـك يمكـن أن يعـوض احتماليـة التغطيـة غـير العادلـة، والمتحيـزة للحملـة الانتخابيـة مـن قبـل بعـض وسـائل الإعـلام، يُضـاف إلى ذلـك افتقـار الحـزب للقـوة الماليـة لا يشـكل عائقًـا، خلافًـا للحـال في الدعايـة السياسـية مدفوعـة الأجـر، في اسـتخدام موجـات البـث، وإذ تقـر التوصيـة إيجابيـات الدعايـة السياسـية المجانيـة فإنهـا تطلـب مـن الـدول الأعضـاء أن تبحـث في جـدوى اسـتحداث نصـوص تمنـح فـترة بـث حـر للأحـزاب، والمرشـحين السياسـيين في وسـائل الإعـلام البثـي العامـة، لكـن مـن المسـلم بـه أيضًـا أن فـترة البـث الحـر لهـا بعـض السـلبيات، فعـلى سـبيل المثـال، فتـح البـاب أمـام الآراء المتطرفـة قـد يسـاعد عـلى نـشر أفـكار تـضر بالديمقراطيـة.

إن طريقـة تقسـيم الوقـت المخصـص للدعايـة السياسـية المجانيـة بـين الأحـزاب, بمعنـى تحديـد أي الأحـزاب مؤهـل للحصـول عـلى فـترة بـث، وبـأي قـدر، مسـألة صعبـة وحساسـة، وتختلـف الحلول بشـأنها مـن بلـد لآخـر؛ فأحيانًـا مـا يرتكـز تقسـيم فـترة البـث عـلى الأداء السـابق لحـزب سـياسي، أو عـلى عـدد المقاعـد التـي يحوزهـا في البرلمـان (التوزيـع النسـبي) (٧). وفي بلـدان أخـرى، مثـل الديمقراطيـات الجديدة، ثمـة اتجـاه إلى تقسـيم فـترة البـث بالتسـاوي بـين جميـع الأحـزاب المتنافسـة (الاسـتخدام المتسـاوي) (٨). وثمـة طريقـة ممكنـة أخـرى لتقسـيم فـترة البـث، وهـي تخصيـص حـد أدنى مـن الوقـت لجميـع المتنافسـين، ثـم إعطـاء وقـت إضـافي عـلى أسـاس نسـبي أو أي أسـاس آخـر (الاسـتخدام المختلـط) (٩). ونظـرًا لتنـوع الخيـارات الممكنـة لتخصيـص فـترة البـث, لا تعطـي التوصيـة أفضليـة لأحـد سـبل التقسـيم عـلى الأخـرى، بيـد أنهـا تـوصي بأنـه عندمـا تُتـاح فـترة البـث للأحـزاب فينبغـي أن تُمنـح بطريقـة عادلـة، وغـير تمييزيـة، وعـلى أسـاس معايـير موضوعيـة وشـفافة.

أثناء فترة الانتخابات يكون هناك قدر كبير من الرسائل، والبرامج السياسية، وهو ما يمكن يؤدي بالناخبين إلى بلوغ درجة من التشبع؛ لذا قد يكون من المفيد تحديد الوقت الكلي لفترة البث الحر, لتجنب البث المفرط للأنشطة المتصلة بالانتخابات.

وفيما يخص المسئولية عن محتوى المادة المقدمة في فترة البث الحر، فمن المتعارف عليه أن تلك المسئولية يجب - من حيث المبدأ- أن تقع على عاتق الحزب السياسي الذي أعد المادة، لكن التوصية لم تورد ذكرًا لهذه المسألة؛ لأنها تعتبر أن التحديد الدقيق للمسئوليات بين وسائل الإعلام البثي، والأحزاب السياسية ينبغي أن يتقرر على الصعيد الوطني.

وعندما تُخضع دولة عضوُ محطة بث ما للالتزام بإعطاء الأحزاب السياسية فترة بث حر أثناء الحملات الانتخابية، ينبغي التأكد من أن ذلك لا يضر بالوضع المالي لهذه المحطة.

الدعاية السياسية مدفوعة الأجر:

عادة ما تُحظر الدعاية السياسية مدفوعة الأجر في وسائل الإعلام البثي في كثير من الدول الأعضاء في مجلس أوروبا، رغم إقرارها في دول أخرى، ومن أهم ميزات الدعاية السياسية مدفوعة الأجر أنها تتيح لجميع القوى السياسية فرصة نشر فكرهم وبرامجهم على نطاق واسع، لكنها على الجانب الآخر قد تُعطي أفضلية غير عادلة لتلك الأحزاب، أو المرشحين الذين يمكنهم شراء قدر كبير من أوقات البث.

ونظرًا لاختلاف المواقف حول هذه المسألة، لا تتخذ التوصية أي موقف حول ما إذ كان ينبغي قبول هذه الممارسة أولا، وتكتفي بالقول إنه إذا كانت الدعاية السياسية مدفوعة الأجر مسموحًا بها، فينبغي أن تخضع لحد أدنى من القواعد: القاعدة الأولى أن يُعامل جميع الأطراف التي تطلب شراء وقت للبث على قدم المساواة (من حيث الحصول على الخدمة والأسعار), والقاعدة الثانية أن يكون الجمهور على علم بأن الرسالة الإعلامية مدفوعة الأجر.

قد يكون من المهم وضع حدود الدعاية المدفوعة الأجر التي يمكن لحزب واحد شراؤه، لكن التوصية لا تحدد ما إذ كان من المستحسن القيام بذلك أم لا، كما أنها لا تضع حدودًا معينة على وقت الدعاية مدفوعة الأجر، على اعتبار أن القرار في هذا الشأن يجب أن يُتخذ على المستوى الوطني.

***

التدابير المتعلقة بكل من الإعلام المطبوع والبثي

يوم التفكر:

أما فيما يخص ما يُسمى «يوم التفكر» والذي يُستخدم عادة للإشارة إلى اليوم السابق على يوم التصويت، فتنص التوصية على أنه «يجوز للدول الأعضاء النظر في جدوى إدراج نص في أطرها التنظيمية يحظر نشر الدعاية الانتخابية في هذا اليوم»، على اعتبار أنه ينبغي إتاحة وقت للناخبين لكي يستوعبوا جميع المعلومات التي تلقوها أثناء الحملة الانتخابية ويقوموا بالتالي باتخاذ قرار التصويت دون ضغوط.

نظرًا لحقيقة أن ثمة مواد إعلامية غير الدعاية الانتخابية الحزبية قد تحمل ضمنًا رسالة أو محتوى سياسيًا، فمن المهم أن تتطرق تدابير التنظيم الذاتي الموضوعة من قبل وسائل الإعلام لهذه المشكلة.

استطلاعات الرأي:

على الرغم من أنه من الصعب بيان مدى تأثير استطلاعات الرأي على النتائج الفعلية لانتخابات ما، فإنه عمومًا ما يُفترض أن استطلاعات الرأي تمارس أو يمكنها أن تمارس قدرًا معينًا من التأثير على نتيجة الانتخابات.

لذلك فإنه لضمان العدالة، ولتجنب التأثير الزائد على الناخبين، يُعتبر أم من واجب وسائل الإعلام عند نشر نتائج استطلاعات الرأي أن تقدم للجمهور معلومات كافية لإصدار حكم حول قيمة الاستطلاعات، في هذا الصدد، تقترح التوصية عددًا من العناصر التي يمكن لوسائل الإعلام أن تقدمها عند نشرها لنتائج الاستطلاع، وهي: اسم الحزب أو المنظمة التي تكفلت بعمل الاستطلاع، اسم الجهة التي نفذت الاستطلاع، والمنهجية المستخدمة في إجرائه، حجم العينة، وهامش الخطأ، وتاريخ إجراء الاستطلاع، ومن المسلم به أن معالجة هذا الموضوع يجب أن تتم بشكل رئيسي عبر أطر التنظيم الذاتي، وأن

القواعد الإرشادية الداخلية لوسائل الإعلام هي ما ينبغي عليها تحديد الكيفية التي يجب تناول استطلاعات الرأي بها.

تتبنى بعض البلدان قواعد تقيد نشر نتائج استطلاعات الرأي في اليوم, أو الأيام التي تسبق الانتخابات مباشرة. وكما هو الحال بالنسبة للحظر العام على الأنشطة الانتخابية في «يوم التفكر», فإن المنطق من وراء مثل هذه القواعد هو تمكين الناس من اتخاذ قرار التصويت الخاص بهم، دون تأثيرات خارجية مما على شاكلة النتائج المتوقعة التي تشير إليها استطلاعات الرأي؛ لكن دولًا أخرى أعضاء في مجلس أوروبا لا تتبنى قواعدًا في هذا المجال، ويجوز لوسائل الإعلام بهذه الدول نشر نتائج الاستطلاعات حتى قبل الانتخابات مباشرة.

تترك التوصية مجالًا لمختلف التجارب الوطنية فيما يتعلق بنشر استطلاعات الرأي، لكنها تنص على أنه « إذا ما اختارت الدول الأعضاء أن تحظر نشر استطلاعان الرأي قبل الانتخابات بعدد معين من الأيام، فإن هذا القيد يجب أن يتفق والمادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان». ووفقًا للمنهج العام الذي طورته المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان، فلابد لأي قيد على نشر استطلاعات الرأي من استيفاء ثلاثة معايير حتى يكون جائزًا, وهي: ينبغي أن يكون حظر نشر استطلاعات الرأي منصوصًا عليه بموجب قانون، وأن يكون ضروريًا في مجتمع ديمقراطي، وأن يتناسب مع هدف حماية مصالح أخرى.

أحيانًا ما يُنظر في مدى فعالية القواعد المقيدة لاستطلاعات الرأي، ذلك أن الجمهور قد يحصل على نتائج الاستطلاعات، ليس بالضرورة من وسائل الإعلام التي تسري عليها القيود, وإنما بوسائل أخرى، مثل الدخول على الإنترنت، أو من خلال الصحف، أو محطات البث الأجنبية، وفي ضوء تلك الحقيقة، يُعتبر تجنب القواعد المقيدة في هذا المجال واجبًا, كما ينبغي عدم الإفراط في مدة حظر نشر استطلاعات الرأي.

وفيما يخص استطلاعات الخروج، التي تُجرى خارج مراكز الاقتراع في يوم التصويت وتقيم نتائج التصويت الفعلي للناخبين، فيُقترح أن تبحث الدول الأعضاء إمكانية حظر

نـشر نتائـج مثـل هـذه الاسـتطلاعات إلى أن تنتهـي عمليـة التصويـت بجميـع مراكـز الاقـتراع؛ إذ يمكـن لهـذه النتائـج أن تؤثـر عـلى نتائـج الانتخابـات.

حق الرد:

تكفـل معظـم البلـدان حـق الـرد في تشريـع للصحافـة، أو تشريـع للإعـلام البثـي، أو أي تشريـع آخـر، هـذا فضـلًا عـن مكفـول في أدلـة السـلوك المهنـي، وتشـدد التوصيـة عـلى أنـه إذا مـا اسـتحق مرشـح أو حـزب سـياسي حقًـا للـرد بموجـب القوانـين أو النظـم الوطنيـة، فينبغـي التأكـد مـن إمكانيـة ممارسـة هـذا الحـق أثنـاء فـترة الحملـة الانتخابيـة، بمـا في ذلـك يـوم التفكـر إذا انعدمـت جـدوى ممارسـة حـق الـرد بعـد ذلـك اليـوم.

لا تنـص التوصيـة عـلى إجـراء محـدد لضـمان ممارسـة سريعـة/ عاجلـة لحـق الـرد عـلى اعتبـار أن مـن واجـب الـدول الأعضـاء اختيـار الآليـة الأكـثر ملاءمـة لسـياقهم الوطنـي، ففيـما قـد يأخـذ ذلـك في بعـض الأحيـان شـكل محاكمـة عاجلـة, قـد يكـون جهـاز التنظيـم الـذاتي في الصحافـة، أو في الإعـلام البثـي، أو حتـى اللجنـة الانتخابيـة في أحيـان أخـرى هـو المخـول بصلاحيـات لحـل القضايـا التـي تنطـوي عـلى منـح حـق عاجـل في الـرد.

***

تدابير لحماية الإعلام وقت الانتخابات

فيما تقر اللجنة بأن التركيز الرئيسي لهذه التوصية هو ضمان الأداء العادل من قبل وسائل الإعلام إثناء الانتخابات، فإنها تعتبر أنه ينبغي التطرق إلى مشكلة التدخل، والهجوم على وسائل الإعلام وقت الانتخابات في نطاق هذه التوصية، ذلك أن أي هجوم أو ضغط على أي وسيلة إعلامية سيشكل انتهاكًا خطيرًا للمعايير، وللممارسات الديمقراطية.

إن معوقات التغطية الحرة لحملة انتخابية قد تأتي من مصادر مختلفة: الأجهزة الحكومية/العامة، أو الأحزاب السياسية، أو جماعات المصالح، أو كيانات أخرى، وفيما ينصب اهتمام التوصية على التدخل من قبل الحكومة أو الهيئات التابعة لها، فإنها تشدد على أنه ينبغي على السلطات العامة أن تنأى عن التدخل في عمل الصحفيين، وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات، ومن حسن الحظ أنه نادرًا ما تمارس السلطات العامة في الدول الأعضاء بمجلس أوروبا الترهيب، أو الإغلاق، أو الضغط على وسائل الإعلام، لكن يبقى من المهم التطرق لهذه المسألة، وصياغة حكم عام تحذيري في ضوء التشديد الوارد في السطور السابقة.

فمن أجل ضمان حرية السياسة التحريرية في تغطية الانتخابات، تذكر التوصية أيضًا أنه على الدول الأعضاء أن تتخذ التدابير الواجبة لحماية الصحفيين، وفي هذا الصدد، يمكن للدول الأعضاء، إذا دعت الضرورة، وضع قوات الشرطة في خدمة وسائل الإعلام المهددة، لضمان حماية الصحفيين، ومقرات هذه الوسائل.

***

الهوامش

١- يقصد به الإعلام المرئي والمسموع.

2 Day of reflection.

3 The intergovernmental Group of specialists media in a pan- European perspective (Mm-S-EP).

4 Steering Committee on the Mass Media (CDMM)

5 Free air time.

6 Free political advertising.

7 Proportional access.

8 Equal access.

9 Mixed access.

***

إعلان بشأن حرية الحوار السياسي في وسائل الإعلام

اللجنة الوزارية لمجلس أوروبا:

بعـد مـرور أكـثر مـن ٥٠ عامًـا عـلى صـدور اتفاقيـة حمايـة حقـوق الإنسـان والحريـات الأساسـية والتـي سيشـار إليهـا هنـا (فيـما بعـد) باسـم (الاتفاقيـة) ليوقـع عليهـا الـدول الأعضـاء أصبحـت الاتفاقيـة المرجـع الأعـلى في أنحـاء أوروبـا لحمايـة الحقـوق والحريـات المكفولـة فيهـا.

بالأخـذ في الاعتبـار أن هـدف مجلـس أوروبـا هـو تحقيـق مزيـد مـن الوحـدة بـين أعضائـه بغـرض حمايـة وتحقيـق المبـادئ، والمثـل الموجـودة في تراثهـم المشـترك.

وتذكـيرًا بالتـزام جميـع الـدول الأعضـاء بالمبـادئ الأساسـية للديمقراطيـة التعدديـة، واحـترام حقـوق الإنسـان، ودور القانـون، كـما أكـد عليهـا مـن جديـد رؤسـاء الـدول والحكومـات في اجتماعهـم الثـاني في ستراسـبورج يـوم ١١ أكتوبـر/ تشريـن الأول ١٩٩٧.

وتأكيـدًا عـلى أن الحـق الأسـاسي في حريـة التعبـير والإعـلام الـذي تكفلـه المـادة العـاشرة مـن الاتفاقيـة يشـكل إحـدى القواعـد الجوهريـة لمجتمـع ديمقراطـي، وأحـد الـشروط الأساسـية لتقدمـه وتنميـة كل فـرد كـما ورد في إعلانهـا بشـأن حريـة التعبـير والإعـلام لعـام ١٩٨٢.

واسـتنادًا إلى الإعـلان بشـأن سياسـة مسـتقبلية لوسـائل الإعـلام الصـادر في مؤتمـر الـوزراء الأوروبي السـادس بشـأن سياسـة وسـائل الإعـلان في كراكـو يومـي ١٥ و١٦ يونيـو/ حزيـران ٢٠٠٠.

وتذكـيرًا بقرارهـا (٧٤) ٢٦ بشـأن حـق الـرد - أي موقـف الفـرد تجـاه الصحافـة والتوصيـة رقـم آر (٩٩) ١٥ بشـأن الإجـراءات التـي تتعلـق بتغطيـة وسـائل الإعـلام للحمـلات الانتخابيـة.

وتذكـيرًا أيضًـا بتوصيتهـا رقـم آر (٩٧) ٢٠ بشـأن «خطـاب الكراهيـة» وتؤكـد عـلى أن حريـة النقـاش السـياسي لا تتضمـن حريـة التعبـير عـن آراء عنصريـة أو آراء تحـرض عـلى الكراهيـة، أو اضطهـاد الأجانـب, ومعـاداة السـامية، وكل صـور عـدم التسـامح.

وبالأخـذ في الاعتبـار القـرار ١١٦٥ (١٩٩٨) الصـادر عـن المجلـس البرلمـاني بشـأن حـق حمايـة الحيـاة الخاصة.

وتأكيـدًا عـلى الأهميـة البـارزة لحريـة التعبـير والإعـلام، وبخاصـة مـن خـلال وسـائل إعـلام حـرة ومسـتقلة لضـمان حـق الجمهـور في الإعـلام بشـأن الشـئون العامـة، وتمكينـه مـن ممارسـة رقابـة عـلى الشـئون العامـة، والسياسـية، وأيضًـا لضـمان شـفافية عمـل الهيئـات السياسـية، والسـلطات العامـة ولإمكانيـة مسـاءلتها، وهـو الأمـر الـضروري في مجتمـع ديمقراطـي دون الإضرار باللوائـح الداخليـة للـدول الأعضـاء فيـما يتعلـق بمكانـة المسـئولين العامـين، ومسـئولياتهم القانونيـة.

وتذكـيرًا بـأن ممارسـة حريـة التعبـير تحمـل في طياتهـا واجبـات ومسـئوليات يتعـين عـلى العاملـين في وسـائل الإعـلام أن يأخذوهـا في الاعتبـار، وأنهـا قـد تقيـد قانونيًـا مـن أجـل الحفـاظ عـلى التـوازن بـين هـذا الحـق، واحـترام حقـوق وحريـات ومصالـح أخـرى رئيسـية تحميهـا الاتفاقيـة.

وإدراكًا بـأن الأشـخاص الطبيعيـين المرشـحين لمناصـب في هيئـات سياسـية أو انتخبـوا لهـا أو تقاعـدوا عـن العمـل فيهـا، أو يشـغلون وظيفـة سياسـية عـلى المسـتوى المحـلي أو القومـي أو الـدولي أو يمارسـون تأثـيرًا سياسـيًا، والذيـن سيشـار إليهـم فيـما بعـد تحـت مسـمى «الشـخصيات السياسـية» وأيضًا الأشـخاص الطبيعيـون الذيـن يشـغلون وظيفـة عامـة، أو يمارسـون سـلطة عامـة عـلى هـذه المسـتويات، والذيـن سيشـار إليهـم فيـما بعـد تحـت مسـمى «المسـئولين العامـين» يتمتعـون بحقـوق أساسـية قـد ينتهكهـا نـشر المعلومـات، أو الآراء عنهـم في وسـائل الإعـلام.

ومـع الوعـي أن بعـض الأنظمـة القانونيـة المحليـة مـا زالـت تمنـح امتيـازات قانونيـة لشـخصيات سياسـية، أو مسـئولين عامـين ضـد نـشر المعلومـات، والآراء عنهـم في وسـائل الإعـلام وهـو مـا لا يتوافـق مـع الحـق في حريـة التعبـير والإعـلام الـذي تكفلـه المـادة العـاشرة مـن الاتفاقيـة.

وبالأخـذ في الاعتبـار أن الحـق في ممارسـة مراقبـة الجمهـور للشـئون العامـة قـد يتضمـن نـشر معلومـات وآراء عـن الأفـراد وليـس عـن الشـخصيات السياسـية أو المسـئولين العامـين؛ تدعـو الـدول الأعضـاء إلى نـشر هـذا الإعـلان عـلى نطـاق واسـع، وإلحاقـه بترجمـة عندمـا يتطلـب الأمـر، ولفـت الانتبـاه إليهـا بصفـة خاصـة مـن قبـل الهيئـات السياسـية والسـلطات العامـة والنظـام القضـائي، بالإضافـة إلى تقديمهـا للصحفيـين ووسـائل الإعـلام ومؤسسـاتهم المهنيـة.

وتلفـت الانتبـاه عـلى نحـو خـاص إلى المبـادئ التاليـة فيـما يتعلـق بنـشر المعلومـات والآراء في وسـائل الإعـلام بشـأن الشـخصيات السياسـية، والمسـئولين العامـين.

١- حرية التعبير والإعلام من خلال وسائل الإعلام:

تتطلـب الديمقراطيـة التعدديـة وحريـة النقـاش السـياسي أن يتلقـى الجمهـور معلومـات بشـأن الأمـور ذات الاهتـمام العـام، وهـو مـا يتضمـن حـق وسـائل الإعـلام في نـشر معلومـات سـلبية، وآراء انتقاديـة تتعلـق بشـخصيات سياسـية، ومسـئولين عامـين، وحـق الجمهـور أيضًـا في تلقـي هـذه المعلومات.

٢- حرية انتقاد الدولة، أو المؤسسات العامة:

قـد تكـون الدولـة والحكومـة أو أي مؤسسـات أخـرى ذات طبيعـة تنفيذيـة، أو تشريعيـة أو قضائيـة عرضـة لانتقـاد وسـائل الإعـلام؛ وبسـبب مكانتهـا البـارزة يجـب ألا يحميهـا القانـون الجنـائي ضـد البيانـات المشـوهة للسـمعة، أو المهنيـة، وفي الوقـت الـذي تتمتـع هـذه المؤسسـات بمثـل هـذه الحمايـة فإنـه يجـب أن يكـون تطبيـق هـذه الحمايـة مقيـدًا، وتحـت أي ظـروف يجـب تفـادي اسـتخدامها لتقييـد حريـة النقـد، كـما أن الأفـراد الذيـن يمثلـون هـذه المؤسسـات يظلـون يتمتعـون أيضًـا بحمايـة كأفـراد.

٣- مراقبة الجمهور للشخصيات السياسية ومناقشتها:

قـررت الشـخصيات السياسـية كسـب ثقـة الجمهـور، وقبلـوا بـأن يعرضـوا أنفسـهم للنقاش السـياسي العـام، ولـذا فهـم عرضـة لمراقبـة عامـة مدققـة، واحتـمال التعـرض لانتقـادات عامـة قويـة وسـاخنة مـن خـلال وسـائل الإعـلام بشـأن الطريقـة التـي أدوا، أو يـؤدون وظائفهـم بهـا.

٤- مراقبة الجمهور للمسئولين العامين:

يتعـين عـلى المسـئولين العامـين القبـول بتعرضهـم لمراقبـة وانتقـاد الجمهـور، وبخاصـة مـن خـلال وسـائل الإعـلام بشـأن الطريقـة التـي أدوا، أو يـؤدون بهـا؛ لأن هـذا ضروري لضـمان الشـفافية, والممارسـة المسـئولة لوظائفهـم.

٥- حرية الرسوم الساخرة:

يسـمح للرسـوم الفكاهيـة والسـاخرة المكفولـة بموجـب المـادة العـاشرة مـن الاتفاقيـة بدرجـة أكـبر مـن المبالغـة وحتـى الاسـتفزاز طالمـا أن الجمهـور لا يضلـل عـن الحقائـق.

٦- سمعة الشخصيات السياسية والمسئولين العامين:

يجـب ألا تحظـى سـمعة الشـخصيات السياسـية وحقوقهـم الأخـرى بحمايـة أكـبر مـن تلـك المكفولـة للأفـراد الآخريـن؛ ولـذا يجـب ألا تقـر عقوبـات أكـثر تشـددًا بموجـب القانـون المحـلي ضـد وسـائل الإعـلام في حالـة انتقادهـا شـخصيات سياسـية، وهـذا المبـدأ ينطبـق أيضًـا عـلى المسـئولين العامـين، ولا يجـب الخـروج عليـه إلا عنـد الـضرورة القصـوى، لتمكـين المسـئولين العامـين مـن ممارسـة وظائفهـم بطريقـة ملائمـة.

٧- الحياة الخاصة للشخصيات السياسية والمسئولين العامين:

يجـب حمايـة الحيـاة الخاصـة والعائليـة للشـخصيات السياسـية والمسـئولين العامـين ضـد نـشر وسـائل الإعـلام تقاريـرًا عنهـا بموجـب المـادة الثامنـة مـن الاتفاقيـة، وعـلى الرغـم مـن هـذا

فقـد يسـمح بنـشر معلومـات عـن حياتهـم الخاصـة، تكـون موضـع اهتـمام مبـاشر للجمهـور فيـما يتعلـق بالطريقـة التـي أدوا، أو يـؤدون بهـا وظائفهـم؛ ولكـن يجـب الأخـذ في الاعتبـار ضرورة تجنـب إلحـاق أذى غـير ضروري بطـرف ثالـث، ولكـن عندمـا تلفـت الشـخصيات السياسـية، أو أي مسـئول عـام انتبـاه الجمهـور إلى جوانـب مـن حياتهـم الخاصـة، فلوسـائل الإعـلام الحـق في مراقبـة هـذه الجوانـب.

٨- سبل مقاضاة انتهاكات وسائل الإعلام:

يجـب عـلى الشـخصيات السياسـية، والمسـئولين العامـين ألا يلجـأوا لهـذه السـبل القانونيـة ضـد وسـائل الإعـلام المتاحـة لأفـراد الجمهـور إلا في حالـة انتهـاك وسـائل الإعـلام لحقوقهـم، ويتعـين أن تتناسـب الأضرار والغرامـات المحكـوم بهـا بسـبب إهانـة أو تشـويه سـمعة بشـكل معقـول مـع انتهـاك الحـق أو سـمعة الآخريـن، مـع الأخـذ في الاعتبـار أي سـبل مناسـبة تقدمهـا وسـائل الإعـلام بشـكل طوعـي للتعويـض، ويقبلهـا الأشـخاص المعنيـون, ويجـب ألا تكـون عقوبـة قيـام وسـائل الإعـلام بتشـويه سـمعة، أو إهانـة السـجن مـا لم تجعـل خطـورة الانتهـاك للحقـوق، أو سـمعة الآخريـن هـذه العقوبـة أمـرًا ضروريًـا للغايـة، وملائمًـا، بخاصـة عنـد انتهـاك حقـوق أساسـية بشـكل خطـير مـن خـلال بيانـات مشـوهة للسـمعة ومهنيـة في وسـائل الإعـلام، مثـل خطـاب الكراهيـة.

***

ميثاق شرف حول الإعلام والانتخابات

إعداد: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات (أيديا)

يتبنى الصحفيون، ووسائل الإعلام بصفة عامة مواثيق للعمل الصحفي، معايير مهنية وأخلاقية في غالبية الدول وأيضًا من خلال مؤسساتهم الدولية، وبالمثل يتبنى عدد متزايد من الدول مواثيق للعمل، إما طوعًا، وإما مفروضة، كقوانين تتعلق بعمل الأحزاب السياسية في الانتخابات، وأيضًا يخضع عمل المشرفين على الانتخابات لمعايير مهنية صارمة.

الغرض من ميثاق العمل هذا ضرورة معالجة المجالات التي تتداخل مجموعات المعايير الأخلاقية الثلاثة فيها، أصبح ينظر إلى وسائل الإعلام على نحو متزايد أنها تلعب دورًا حاسمًا في الانتخابات الديمقراطية والحرة. فوسائل الإعلام تلعب دورًا حيويًا في نقل المعلومات إلى الناخبين، وتساعدهم على اتخاذ خيار حر مبني على معلومات، ويضطلع الصحفيون بهذا الدور باستخدام ثلاثة سبل على وجه الخصوص هي:

- نقل رسائل سياسية من الأحزاب والمرشحين.

- نقل معلومات مهمة عن الناخبين من المشرفين على الانتخابات.

- عرض العملية الانتخابية بكاملها على المراقبة، والتعليق المستقلين.

ويفرض هذا الدور المهم لوسائل الإعلام الجماهيرية التزامات أخلاقية معينة على الصحفيين، والمحررين/ وأصحاب وسائل الإعلام، والأحزاب السياسية، والمرشحين، والمشرفين على الانتخابات، ويوصي بأن يتبنى كل الأطراف ميثاق عمل مشترك لضمان أن يعمل كل طرف بطريقة أخلاقية ويحترم حقوق الآخرين وحرياتهم.

وتتكون مسودة ميثاق العمل التالي من أربعة أجزاء وتغطي التزامات مختلفة بالصحفيين والمحررين وملاك المؤسسات الصحفية والأحزاب السياسية والمرشحين والهيئات التي تدير الانتخابات.

لم تعالـج قضايـا بعينهـا مبـاشرة في هـذا الميثـاق، وبخاصـة مسـألة أن النظـام الـذي تتبنـاه الأحـزاب السياسـية، ووسـائل الإعـلام فيـما يتعلـق بحريـة الحصـول المبـاشر عـلى المعلومـات قـد يكـون محـددًا بالفعـل عـلى مسـتوى قومـي في صـورة قوانـين، وتنظيـمات، واتفـاق بـين المشـاركين في العمليـة.

وبالمثـل فـإن مسـألة الطريقـة التـي ينفـذ بهـا هـذا الميثـاق قـد يتعـين تحديدهـا عـلى مسـتوى قومـي اعتـمادًا عـلى ميثـاق إمـا يمثـل اتفاقًـا طوعيًـا بشـكل كامـل بـين الأطـراف المختلفـة في العمليـة، وإمـا يكتسـب قـوة القانـون.

الصحفيون:

- أول واجب على الصحفي أن يقدم معالجة دقيقة، وغير متحيزة.
- عـلى الصحفـي ألا يقـوم بالإعـلام إلا وفـق حقائـق يعـرف مصدرهـا، عـلى الصحفـي ألا يحجـب معلومـات جوهريـة.
- عـلى الصحفـي أن يحافـظ عـلى السريـة المهنيـة فيـما يتعلـق بمصـدر المعلومـات الـذي اشـترط السريـة.
- عـلى الصحفـي أن يقـدم معالجـة متوازنـة، فـإذا أثـار أحـد المرشـحين زعـمًا تجـاه مرشـح آخـر يجـب عـلى الصحفـي أن يسـعى مـا وسـعه الجهـد للحصـول عـلى تعليـق مـن كلا الطرفـين.
- يجـب عـلى الصحفـي أن يبـذل كل مـا في وسـعه لتصحيـح أي معلومـات منشـورة تبـين أنهـا غـير صحيحـة بشـكل يوقـع الـضرر.
- يجـب عـلى الصحفـي مـا اسـتطاع أن يقـوم بالإعـلام عـن وجهـات نظـر المرشـحين والأحـزاب السياسـية مبـاشرة، وباسـتخدام كلماتهـم، وليـس كـما يصفهـا آخـرون.

- يجب على الصحفي تجنب استخدام لغة أو التعبير عن مشاعر قد تثير التمييز, أو العنف على أي أساس؛ بما في ذلك العنصر، أو الجنس، أو الميل الجنسي، أو اللغة، أو الآراء السياسية وغير السياسية, أو الأصل القومي, أو الاجتماعي.

- عندما يتناول الصحفي آراء الذين يدافعون عن التمييز، أو العنف يجب عليه أن يبذل كل ما في وسعه لوضع وجهات النظر في سباق واضح، وأن يتناول آراء الأشخاص الموجهة إليهم وجهات النظر هذه.

- يجب على الصحفي ألا يقبل أي إغراء من سياسي أو مرشح.

- يجب على الصحفي ألا يقدم أي وعود لسياسي بشأن محتوى تقرير إخباري.

- يجب على الصحفي أن يحترس عند تناول نتائج استطلاعات الرأي، ويجب أن يبذل كل ما في وسعه ليتضمن أي تقرير المعلومات التالية:

١- الجهة التي كُلفت بالاستطلاع ونفذته ومتى تم إجراؤه.

٢- عدد الأشخاص الذين شملهم الاستطلاع، ومكان، وكيفية مقابلتهم، وهامش الخطأ.

٣- نص الأسئلة التي طرحت على الأشخاص.

- يجب على الصحفي أن يعتبر الآتي انتهاكات مهنية خطيرة:

١- الانتحال.

٢- سوء التفسير المغرض.

٣- الافتراء والقذف والتشهير والاتهامات بدون أساس.

٤- قبول رشوة في أي صورة فيما يتعلق بنشر، أو بحجب معلومات.

المؤسسات الإعلامية:

- في كل وسـائل الإعـلام يجـب أن يكـون هنـاك فصـل واضـح بـين الحقيقـة والتعليـق، يجـب أن تعكـس تغطيـة الأخبـار الحقيقـة بأمانـة كـما يدركهـا الصحفـي. بينـما يمكـن للتعليقـات أن تعكـس السياسـة التحريريـة للمؤسسـة الصحفيـة.

- يجـب عـلى وسـائل الإعـلام المملوكـة ملكيـة عامـة ألا تعـبر عـن وجهـة نظـر تحريريـة في صالـح أو ضـد حـزب أو مرشـح بعينـه.

- يجـب عـلى وسـائل الإعـلام المملوكـة ملكيـة عامـة أن تضطلـع بواجـب تقديـم تغطيـة متوازنـة وغـير متحيـزة في تناولهـا للانتخابـات, ويجـب ألا تميـز أي حـزب في المسـاحة الإعلاميـة.

- إذا قبلـت وسـائل الإعـلام نـشر إعلانـات سياسـية مدفوعـة الأجـر، يجـب عليهـا أن تفعـل هـذا عـلى أسـاس غـير تمييـزي، وبمعـدل متسـاوٍ لـكل الأحـزاب.

- يجـب أن تكـون الأنبـاء، والمقابـلات، والمعلومـات، وبرامـج الأحـداث الجاريـة، أو المقـالات في وسـائل الإعـلام غـير متحيـزة في صـف أو ضـد أي حـزب أو مرشـح.

- يجـب أن تقـدم وسـائل الإعـلام تغطيـة منصفـة ومتوازنـة لـكل الأحـزاب السياسـية ومرشـحيها وبرامجهـا السياسـية.

- يجـب عـلى وسـائل الإعـلام أن تشـجع الناخبـين، وتوفـر لهـم إمكانيـة التعبـير عـن آرائهـم ووجهـات نظرهـم.

- يجـب عـلى وسـائل الإعـلام أن تـروج للقيـم الديمقراطيـة، مثـل سـيادة القانـون، والمسـاءلة، والحكـم الصالـح.

- أي مرشح أو حزب يقدم زعمًا معقولًا بشأن التعرض لتشويه السمعة أو الإيذاء بسبب بث إذاعي أو نشر يجب أن يمنح فرصة للرد، أو يقوم المذيع، أو الناشر، أو الشخص الذي نشر البيان المسبب لتشويه السمعة بتصحيح أو بالتراجع عما نشر، يجب أن ينشر الرد أو التصحيح أو يذاع في أقرب وقت ممكن.

- التغطية الصحفية للمؤتمرات الصحفية، والتصريحات العامة التي تتعلق بمسائل السياسي التي يدعو إليها، أو يقوم بها رئيس الحكومة أو وزراؤها, أو أعضاء البرلمان يجب أن تكون خاضعة لحق الرد، أو قواعد الوقت المتساوي، هذا الالتزام يكتسب قوة أكبر عندما يكون الشخص الذي أدلى بالتصريح مرشحًا أيضًا لمنصب.

- يجب على وسائل الإعلام المملوكة ملكية عامة أو تنشر أو تذيع معلومات تثقيفية عن الانتخابات للناخبين.

- يجب أن تكون المعلومات التثقيفية للناخبين دقيقة، وغير متحيزة، ويتعين أن تقدم معلومات بالفعل عن عملية التصويت؛ بما في ذلك كيفية، وموعد ومكان التصويت والتسجيل، والتأكد من عملية التسجيل الملائمة، وسرية الاقتراع، وأهمية التصويت، ووظائف المناصب موضع المنافسة، وأشياء من هذا القبيل.

- يجب أن تتضمن المواد التثقيفية عن الانتخابات برامج بلغة الأقلية وبرامج تستهدف جماعات تستبعد تقليديًا من العملية السياسية؛ مثل النساء، والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

- يجب على المؤسسات الإعلامية أن تراقب إنتاجها لتتأكد من أنها تتوافق مع المعايير المقررة في ميثاق العمل.

الأحزاب السياسية:

- يجب على جميع الأحزاب السياسية، والمرشحين أن يحترموا حرية وسائل الإعلام.

- يجب على الأحزاب السياسية، والمرشحين ألا يضايقوا، أو يعرقلوا الصحفيين أثناء القيام بعملهم المهني.

- يجب على الأحزاب والمرشحين الذين يشغلون مناصب ألا يسيئوا استخدام مناصبهم للحصول على ميزة بغير وجه حق في حرية الوصول إلى وسائل الإعلام، وهذا البند ينطبق على كل وسائل الإعلام وبخاصة عندما تكون وسائل الإعلام الممولة من الأموال العامة واقعة تحت سيطرة الحكومة في ذلك الوقت.

- يجب على الأحزاب السياسية والمرشحين ألا يقدموا رشوة أو إغراءات للصحفيين، أو المؤسسات الصحيفة لتشجيعها على متابعة الحملات الانتخابية، أو من أجل الحصول على تغطية في صالح الحزب، أو ضد الأحزاب، أو المرشحين الآخرين.

- يجب على الأحزاب والمرشحين ألا يسيئوا تفسير المواقف المعلنة، أو أي معلومات عن حقائق بشأن الأحزاب، أو المرشحين الآخرين.

- يجب على الأحزاب السياسية، والمرشحين تجنب استخدام لغة مثيرة للفوضى أو مشوهة للسمعة، أو تحرض على أعمال عنف ضد أي شخص أو مجموعة أخرى.

- يجب على قيادات الحزب أن تضمن أن معايير التسامح والنقاش الحر الواردة في ميثاق العمل هذا اطلع عليها فريق العمل في الحملة الانتخابية، وشرحت لهم بشكل واف، ويجب على الأحزاب أن تتحمل مسئولية كاملة تجاه الأقوال، والأفعال الصادرة عن القائمين بالحملة الانتخابية لصالحهم.

الهيئات المشرفة على الانتخابات:

- يجب على الهيئات المشرفة على إدارة الانتخابات أن تحترم حرية وسائل الإعلام بما في ذلك استقلالها التحريري، وحقها في التعبير عن التفضيلات السياسية.

- يجب عليها احترام الحق في حرية التعبير للأحزاب السياسية والمرشحين.

- يجب عليها إدارة الانتخابات بطريقة صريحة وشفافة.

- يجب عليها ألا تحابي أي جهة إعلامية في توزيع المواد الإعلانية المدفوعة أو المواد الإعلامية المجانية.

- يجب عليها استخدام وسائل الإعلام - ضمن وسائل أخرى- لنقل معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب، لتمكين الناخبين من ممارسة حقهم في التصويت بطريقة تعتمد على معلومات دقيقة.

- يجب عليها ألا تفرض قيودًا على التغطية الصحفية إلا مراكز الاقتراع وإحصاء لضمان سلامة العملية الانتخابية.

***

المبادئ التي تحكم عمل الصحفيين

الاتحاد الدولي للصحفيين:

يعتبر هذا الإعلان الدولي معيارًا مهنيًا لعمل الصحفيين الذين يجمعون، وينقلون، ويوزعون الأنباء، والمعلومات المتعلقة بأحداث ويعلقون عليها.

- احترام الحقيقة وحق الجمهور في الحقيقة هو أول واجب على الصحفي.
- من أجل هذا الواجب على الصحفي دائمًا أن يدافع عن مبادئ الحرية في أمانة جمع ونشر الأنباء، والحق في نزاهة التعليق والنقد.
- يجب على الصحفي ألا يتناول إلا حقائق يعرف أصلها، يجب على الصحفي ألا يحجب معلومات جوهرية، أو يزور وثائق.
- يجب على الصحفي ألا يستخدم إلا الوسائل المشروعة في الحصول على المعلومات والصور والوثائق.
- يجب على الصحفي أن يبذل أقصى ما في وسعه لتصحيح أي معلومات نشرت، وتبين أن عدم دقتها يسبب أضرارًا.
- يجب على الصحفي أن يحافظ على السرية المهنية المتعلقة بمصدر المعلومات التي حصل عليها بشرط السرية.
- يجب على الصحفي أن ينتبه لخطورة التمييز الذي تعززه وسائل الإعلام ويجب أن يتجنب – ما وسعه الجهد– تسهيل مثل هذا التمييز الذي يستند على - بين أشياء أخرى– العنصر، أو الجنس، أو الميل الجنسي، أو اللغة، أو الدين، أو الآراء السياسية وغير السياسية، أو الأصل القومي أو الاجتماعي.

- يجب على الصحفي أن يعتبر الانتحال، وسوء التفسير المغرض، والافتراء، والقذف، والتشهير، والاتهامات بدون أساس، وقبول رشوة في أي صورة فيما يتعلق بنشر أو حجب معلومات من الجرائم المهنية الخطيرة.

- يجب على الصحفي الجدير بهذا الاسم أن يعتبر أن واجبه هو المحافظة بأمانة على المبادئ المذكورة آنفًا. ويجب على الصحفي في ظل القانون لكل بلد ألا يلتفت فيما يتعلق بالأمور المهنية إلا إلى الاحتكام إلى الزملاء، وذلك لاستبعاد أي تدخل من حكومات أو آخرين.

- هذه المبادئ أصدرها المؤتمر الدولي لاتحاد الصحفيين الدولي عام ١٩٥٤، وأجرى المؤتمر لعام ١٩٨٦ تعديلات عليها.

***

ميثاق شرف إعلامي في الانتخابات[1]

الجمعية اللبنانية لديمقراطية الانتخابات:

إن الأخلاق التي تحيط بمهنة الإعلامي ليست بالقواعد الثابتة والجامدة، والأخلاق المهنية، الإعلامية، هي مجموعة مبادئ عالمية، وهي بالتالي أبعد من أن تكون مجرد وصفة أو واجب مفروض.

إنها مجموعة قيم تحاكي ضمير الإعلامي، وهي في النهاية مسألة شخصية تتعلق بالقرارات والأعمال التي يتخذها الإعلامي كفرد، ومن ثم وجب عليه أن يطرح على نفسه أسئلة من نوع: هل يجب أن أقوم بهذا العمل أم لا؟ هل تصرفي سليم أم لا؟....إلخ.

تشكل هذه الأخلاق المهنية جوهر واجبات الإعلامي الأدبية، مثلًا، البحث عن الحقيقة هو مبدأ أخلاقي في مهنة الإعلامي، والتأكد من صحة المعلومات والمصدر هو واجب أدبي في مهنة الإعلامي، والتأكد من صحة المعلومات والمصدر هو واجب أدبي في مهنة الإعلامي، وبالتالي تصبح الواجبات الأدبية مجموعة قواعد وأصول مسلكية عامة وغير شخصية تنطبق على جميع مزاولي مهنة الإعلام.

أما الأخلاق المهنية فهي كل ما يسمح بتحليل وتقييم تصرف كل إعلامي فرد على حدة، بما يتعلق باحترامه للواجبات الأدبية ولمواقفه منها.

كما يجب على الإعلامي أن يبذل جهودًا مضاعفة للقيام بواجباته السابق ذكرها، ومراقبة حسن تطبيقها من قبل زملائه في الوقت نفسه.

وفي النهاية على الإعلامي أن يتحول - كما ذكرنا سابقًا- وانطلاقًا من تغطيته للحدث إلى مراقب لتطبيق العدالة، وصولًا إلى حيادية أفضل بين الحكومة والمواطنين.

---

١ - الجمعية اللبنانية لديمقراطية الانتخابات، الإعلام الانتخابي، بيروت، ٢٠٠٦، ص ص ٣٥- ٤٨.

ولـكي يكـون للإعلامـي دور فاعـل ضمـن مجتمعـه، يسـتطيع مـن خلالـه أن يسـاهم في صناعـة الـرأي العـام؛ فعليـه قبـل كل شيء كسـب ثقـة الجمهـور، والسـبيل الوحيـد الـذي يمكـن الإعلامـي مـن تحقيـق ذلـك هـو العمـل بصدقيـة آليـة، واحـترام الأخـلاق المهنيـة.

تشـكل مجموعـة القوانـين التـي تراعـي أخلاقيـة العمـل لحمايـة الحقـوق الفرديـة والعامـة في المعرفـة الكاملـة والواضحـة حجـر الأسـاس في نظـام المراقبـة الشـخصية الـذي تعهـدت المؤسسـات الإعلاميـة والإعلاميـون باتباعـه.

ومـن الـضروري وضـع وثيقـة قوانـين تلتـزم بهـا المؤسسـات الإعلاميـة، ليـس فقـط عـلى الـورق وإنمـا مـن خـلال عملهـا اليومـي، وذلـك انطلاقًـا مـن المحافظـة عـلى حريـة الـرأي والتعبـير والنـشر مـن دون التعـرض للحقـوق الفرديـة، والمسـاواة بـين جميـع اللبنانيـين.

ومـن واجـب المحرريـن والناشريـن والإعلاميـين ومختلـف العاملـين والناشـطين في القطـاع الإعلامـي أن يتبنـوا وثيقـة إعلاميـة تعتمـد قوانـين حديثـة وبحثهـا بجديـة، وإقرارهـا مـن قبـل جميـع الوسـائل الإعلاميـة المرئيـة، والمسـموعة، والمكتوبـة، في إطـار يلـزم الجميـع بتنفيـذ بنودهـا.

وتتـوزع المهـام بـين رؤسـاء التحريـر والإعلاميـين والمسـئولين عـن القطـاع الإعلامـي في لبنـان، فعـلى رؤسـاء التحريـر أن يتعاطـوا بجديـة مـع الاعتراضـات المتزايـدة مؤخـرًا، والشـكاوى مـن بعـض الأخطـاء الفاضحـة، والعمـل عـلى تفاديهـا.

وعـلى الإعلاميـين الدفـاع بشـكل مسـتمر عـن مبـدأ حريـة التعبـير، وحـق الإعـلام بجمـع المعلومـات وإعطـاء الملاحظـات والنقـد، ويجـب عـلى الإعلاميـين أن يرفضـوا أي ضغوطـات لمنـع عـرض برنامـج مـا، أو إخفـاء أخبـار معينـة عـن الـرأي العـام، أو حـذف مشـهد مـا لأسـباب مختلفـة.

أمـا المسـئولين عـن القطـاع الإعلامـي في لبنـان، فعليهـم أولًا ضـمان عـدم السـماح بـصرف أو إيقـاف أي إعلامـي عـن العمـل بسـبب رفضـه خـرق ميثـاق الإعـلام المهنـي وقوانينـه.

يبقى أخيرًا من واجب الإعلامي أن يحافظ على أعلى مستوى مهني وأخلاقي، والاعتماد على مجموعة من الأسس ومنها:

١- الدقة:

- على الإعلامي التأكد من عدم نشر، أو بث أي معلومات غير دقيقة، تقود التلقين إلى استنتاجات خاطئة.

- عند الإشارة إلى معلومة، أو جملة، أو مشهد غير دقيق، أو غير صحيح يجب التصحيح بسرعة وبشكل ملائم، والاعتذار بشكل علني، مع السماح بحق الرد لأي شخص تم انتقاده، أو التعرض لشخصه أو لموقعه.

- يجب التعبير عن الرأي من دون أي تحيز، ويجب التوضيح والتفريق بين التعليق، وإبداء الرأي، وسرد الحقائق.

- على المؤسسات الإعلامية أن تكون عادلة وصريحة عند التصريح عن معطيات ومحصلات التحقيق الذي قامت به مع أية جهة، إلا إذا تم الاتفاق على إخفاء بعض المعلومات للسلامة العامة، أو الفردية.

- على الإعلامي التحري للتأكد من أن المعلومات التي يقوم بنشرها عادلة ومدققة، ولا يدخل رأيه، أو تعليقاته ضمن الموضوع في سياق عرضه للحقائق، ولا يجب السماح بالحذف أو الانتقاء، الذي يمكن أن يغير و/أو يشوه المعنى.

٢- الإنصاف والنزاهة:

- على الإعلامي تقديم المعلومات، والأخبار بشكل منصف، وعادل في جميع الأوقات من دون التحيز لفريق ضد آخر.

- يجب أن تعرض الأخبار بجميع أشكالها بدقة وموضوعية.

- على الوسائل الإعلامية تصحيح الأخطاء الأساسية في الأخبار مباشرة على الهواء.
- مـن غـير المسـموح لسـياسي مـا أن يسـتعمل أحـد الإعلاميـين لمصلحتـه الخاصـة إلا إذا أعلـن الإعلامـي انحيـازه بشـكل واضـح لهـذا السـياسي بغـرض الوصـول لحقيقـة مـا.
- تأكيد الإنصاف، والمساواة بين جميع الآراء السياسية في البرامج، أو في سلسة برامج معينة.
- عرض البرامج بشكل متسلسل على الهواء ومباشرة لمزيد من الدقة.
- يجـب عـرض المشـاهد والحقائـق بشـكل صحيـح ومطابـق للوقـت والمسـاحة مـن دون التلاعـب بـأي منهما.
- إذا كان سـؤال المراسـل يتضمـن أيـة مصلحـة شـخصية، يجـب الإعـلان عنهـا للحفـاظ عـلى نزاهـة البرنامـج.
- يسـمح للإعلامـي المعـد، أو لمقـدم البرامـج غـير الإخباريـة إبـداء آرائـه والدفـاع عنهـا، عـلى أن ينصـف بـين جميـع ضيوفـه، ويعطـي الفرصـة للجميـع لإبـداء رأيهـم، وذلـك للحفـاظ عـلى المصداقيـة والإنصـاف في البرامـج السياسـية، وانسـجامًا مـع حريـة الـرأي والتعبـير، وحـق الجميـع في إبـداء الـرأي، ولا يسـتضيف أشـخاصًا بشـكل متكـرر لا تكـون لديهـم الأفضليـة عـلى غيرهـم في إظهـار آرائهـم.
- يجـب أن يكـون واضحًـا للمتلقـي في البرامـج السياسـية وغيرهـا أن الشـخص المسـتضاف يبـدي رأيـه، ووجهـة نظـره فقـط، ولا يمثـل كل وجهـات النظـر.
- يجب عدم تضخيم وجهات نظر لقلة صغيرة جدًا من الرأي العام.

٣- عدالة البرامج:

- تتعلـق العدالـة في البـث والنـشر بكيفيـة التعامـل مـع الأفـراد، والشـخصيات المعنويـة

التـي تتأثـر مبـاشرة بالبرامـج أو بالمقـالات أكـثر مـما تتأثـر بالمشـاهدة أو القـراءة؛ لهـذا يجـب علـى الإعلاميـين عـدم الإسـاءة للأفـراد والشـخصيات المعنويـة.

- إذا كان الضيـف دون سـن الرشـد، يجـب أخـذ الموافقـة مـن أوليـاء أمـره، وخاصـة إذا كان البرنامـج يتضمـن إعطـاء الـرأي.

- عدم طلب رأي من لا يستطيعون إبداءه من دون العودة لأي شخص معنوي يرتبطون به.

عند دعوة أي فرد للمشاركة في برنامج أو لإبداء رأيه في مقالة يجب:

- أن يبلـغ حـول طبيعـة، وهـدف البرنامـج، وتفسـير آليـة، وأسـباب اختيـاره للمشـاركة، وزمـان ومـكان النـشر أو البـث.
- أن يبلغ بإطار الأسئلة التي ستوجه إليه، وإذا أمكن طبيعة المداخلات الأخرى.
- أن تحدد صيغة العرض (بث مباشر، تسجيل).
- أن يبلغ بأي تغيير جوهري يمكن له أن يغير أسباب موافقته على المشاركة.
- إعطـاء ضمانـات للمشـارك في برنامـج معـين عـن محتـوى هـذا البرنامـج، أو صدقيتـه، أو سريـة بعـض المعلومـات.
- تأكيد المسئولين عن النشر أن إعادة استعمال المواد لن يكون في موقع غير منصف.
- التأكيد من عدم حذف أية وقائع أو معلومات أو مشاركات بشكل غير عادل.
- إذا كان البرنامج يسوق شكوكًا بشخص ما، فعليه أن يعطيه الوقت الكافي للتبرير أو الرد.
- إذا اختـار المشـارك عـدم الـرد عـلى السـؤال أو عنـد الظهـور بشـكل معلـن، فيجـب إعطـاء المتابعـين للموضـوع التبريـر المناسـب لهـذا التـصرف.

- عند عرض وجهة نظر فريق غير موجود ضمن المشاركين، لابد من عرضها بشكل منصف وعادل.

- يجب عدم عرض مقاطع منقحة لتشويه، أو تغيير الصورة الحقيقية، لكن يمكن استعمال صورة منقحة استعملها آخرون لإظهار حقيقتها.

٤- حق الرد:

عندما يطلب حق الرد من قبل طرف وجه إليه أو عنه الحديث، فمن الضروري إعطاؤه فرصة للرد.

٥- الخصوصية:

- لكل فرد الحق في ضمان احترام خصوصياته، وحياته الخاصة، ومنزله وصحته ومراسلاته، بما فيها اتصالاته الهاتفية، وعلى الإعلاميين تبرير، وإقناع الرأي العام بالأسباب التي قد تدفعهم إلى نشر هذه المعلومات الشخصية من دون أخذ موافقة الشخص المعني.

- على الإعلامي أن يتوقف عن بث المشاهد المسجلة، أو المنقولة مباشرة في حالة طلب منه الأفراد، أو المؤسسات المعينة ذلك إلا في حالة الضرورة القصوى المرتبطة بالمصلحة لعامة.

- على الإعلامي الحصول على الموافقة المسبقة من أصحاب المؤسسات والأفراد المعنيين قبل البدء بالتصوير في بعض الأماكن الخاصة كالمستشفيات، والسجون، والمخافر، أما في حال تم تصوير الأفراد بطريقة تموه وجوههم وتمنع إمكانية التعرف عليهم؛ فلا يشترط الحصول على موافقة هؤلاء الأشخاص.

- يمنع تصوير الأفراد في الأماكن الخاصة من دون أخذ موافقتهم.

- أن انتهاك الخصوصية مبرر فقط في حال استوجبت المصلحة العامة ذلك، فالمصلحة العامة تبقى أهم من الحق في الخصوصية؛ لذلك ففي حالات الأحداث التاريخية المرتبطة بالمصلحة العامة يمكن إعادة بث هذه المشاهد دون العودة إلى الأشخاص ذوي الصلة.

- يجب على الإعلاميين ألا يستغلوا أو يستعملوا حجة المصلحة العامة من أجل تبرير انتهاك حرمة، وخصوصية الأفراد والأشخاص دون الحاجة إلى ذلك.

- لا يمكن للإعلامي إعادة استعمال المواد مرة أخرى في برنامج آخر، دون الحصول مجددًا على موافقة المعنيين.

- Door Stepping هو «المشاركة المرغمة والمفاجئة» يحدث ذلك عندما يحاول الإعلامي مقابلة، أو محاورة أحد الأفراد دون تنبيه أو علم مسبق، لذلك تمنع الـ Door Stepping في التحقيقات الإعلامية إلا في حال رفض الفرد إجراء المقابلة، أو في حال تعذر الاتصال مباشرة بالشخص المعني، وكذلك في حالة المعرفة المسبقة أن التحقيق لن يصل إلى الهدف المرجو في حال أعلن عن الموضوع علنيًا، وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة التمييز بين الـ VOX POPS آراء الشعب وبين الـ Door Stepping ؛ إذ أن الأول يحصل عادة بعلم وموافقة المعنيين؛ وهو بالتالي مسموح ومشروع.

- يحق للإعلامي تسجيل المكالمات الهاتفية شرط أخذ الموافقة المسبقة، والمعللة من الشخص المعني.

- على الإعلامي أن يحصل على المعلومات والصور، أو المستندات بطرق شرعية ومباشرة، إلا أنه إذا اقتضت المصلحة العامة عكس ذلك يعود له الحق في نشرها بما يتماشى مع احترامه لضميره المهني.

- تعتبر من الأفلام والتسجيلات المشكوك في أمرها، الصور الناتجة عن استعمال العدسات المكبرة، والمقربة وآلات تسجيل عن بعد، والصور الناتجة عن آلات تصوير أو آلات تسجيل في الممتلكات الخاصة من دون معرفة أو موافقة أصحاب هذه الممتلكات، كما يتضمن ذلك تسجيل المكالمات الهاتفية من دون علم الطرف المعني، أو الاستمرار في تسجيل هذه المكالمات في وقت ظن فيه الآخر أن عملية التسجيل قد توقفت.

- لا يسمح بنشر المواد التي تم الحصول عليها بطرق مشبوهة إلا في حال اقتضت المصلحة العامة ذلك.

- على الإعلاميين أن يخففوا من حدة الأخبار القديمة عند إعادة بثها مجددًا؛ وذلك للتخفيف من مضايقة الضحايا أو أهاليهم، إلا إذا كانت عملية إعادة بث هذه الأخبار المقدمة مبررة، وفي حال وافق الضحايا أو ذووهم بالظهور في برنامج معين يجب إعلامهم بجدول البرنامج التفصيلي، حتى ولو تم عرض هذه التفاصيل مسبقًا.

- على الإعلاميين أن يولوا اهتمامًا بالحياة الخاصة للقاصرين ما دون الـ ١٨ عامًا الذين لهم الحق بالمحافظة على خصوصياتهم، أما إذا تم عرض برنامج معين يتعلق بتفاصيل الحياة الخاصة للقاصرين فيجب أن يتم ذلك بعد موافقة القاصر المعني، وكذلك أهله، أو الأوصياء عليه؛ إلا إذا كانت المسألة المطروحة لا تثير الجدل؛ ويطبق المبدأ نفسه على الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

٦- المضايقة والإساءة:

- يجب ألا يكون الإعلامي مزعجًا في طريقة إلحاحه ومضايقته للضيف.

- يجب ألا يصر الإعلامي بأسئلته، أو اتصالاته؛ أو تصويره لفرد معين إذا طلب

منه التوقف، ويجب أن يحذف المادة موضوع النزاع من البرنامج أو الموضوع إذا طلب منه ذلك.

٧- احترام الحداد وتفهم الصدمات النفسية:

- في حالات الحداد الشخصي، أو حالات الصدمة الشخصية، على أسئلة وتحقيقات الإعلامي أن تكون متعاطفة ومتفهمة، من دون أن يؤدي ذلك إلى الحد من حرية تغطية التحقيقات الجنائية.

٨- الانتخابات:

- تبدأ فترة الانتخابات حين يفتح باب الترشيحات، وتستمر حتى إعلان النتائج الرسمية.
- يجب أن يتوقف البحث والتحليل في الانتخابات عندما تفتح صناديق الاقتراع.
- يجب عدم نشر رأي أي مقترع في يوم الاقتراع حتى إغلاق الصناديق.
- لا يحق للمرشح لعب دور المراسل أو المقدم لأي برنامج خلال فترة الانتخابات.

٩- التمييز:

- يجب عدم السماح بالتعبير عن أي آراء تدعو و/أو تشجع أو تحض على التفرقة القائمة على التمييز بكل أشكاله (العرق، الجنس، الطائفة، اللون، السياسة، العمر أو الانتماء «المناطقي»، الاجتماعي، الاقتصادي...) فجميع المواطنين لديهم الحق نفسه في التعبير.
- يجب عدم إصدار أحكام مسبقة على أساس أي تمييز من قبل الإعلامي.
- يجب عدم ذكر تفاصيل عن أي تمييز إلا إذا كان من ضمن الموضوع المطروح.

- يحـق للإعلامـي التكلـم عـن صفـات تميـز المشـارك في حـال كان لذلـك علاقـة مبـاشرة بالموضوع، ولكـن ليـس مـن حقـه إعطـاء وصف يثـير النعـرات.

١٠- التمويل:

- يجب اختيار الممول المناسب لأي برنامج على هذه الأسس:

- الشفافية: يجب أن تكون أهداف الرعاية واضحة وشفافة.

- الفصل: فصل الرسائل التي يريد إيصالها الممول عن أهداف البرنامج.

- استقلالية التحرير: يجب التأكد من عدم تدخل الممول في التأثير عن استقلالية البرنامج.

- الراعـي: هـو الشـخص أو المؤسسـة، خاصـة كانـت أو عامـة غـير الشركـة الإعلاميـة، الـذي يدفـع جـزءًا أو جميـع تكاليـف البرنامـج؛ وذلـك لتسـويق اسـمه أو اسـم أي بضاعـة.

- يفترض على بعض البرامج ألا تكون مرعية، كنشرات الأخبار السياسية مثلًا.

- من غير المقبول أن يكون الراعي شركة مراهنات، أو مقامرة لبرنامج يتوجه لغير الراشدين.

- يجب على الراعي احترام المحتويات الدعائية والتوقيت.

- يجـب ألا يؤثـر الراعـي عـلى توقيـف محتـوى البرنامـج بشـكل يتعـارض مـع اسـتقلالية التحريـر والعرض.

- يجـب عـدم إهـدار أي شيء يـدل عـلى الراعـي إلا في وقـت الفاصـل، أو إذا كان ضمـن موافقـة المخـرج والمنتـج.

- يجب التعريف بالراعي في بداية ونهاية البرنامج.

- يجب أن تكون العلاقة ذات شفافية مع الراعي.
- يحق للراعي تمرير دعاية خلال البرامج إذا كان مستوفيًا الشروط الدعائية.
- عندما يكون الراعي أعلن عنه في البرنامج يجب أن يكون مختصرًا ومفيدًا.

١١- المراجع التجارية:

- على الإعلامي التأكد من عدم تأثير العامل الدعائي على تحرير وإدارة محتوى البرنامج.
- على الناشر تأمين استقلالية التحرير عن محتوى البرنامج.
- يجب فصل الدور الدعائي عن عناصر البرنامج.
- يجب الفصل بوضوح بين البرنامج والدعايات التي يجب ألا تظهر خلال البرنامج إلا عند الضرورة القصوى.
- عدم ترويج منتجات أو خدمات غير متعلقة بالبرنامج.
- عدم إفساح المجال لظهور غير عادل لبعض المنتجات أو الخدمات خلال البرنامج.
- عدم السماح لتموضع المنتجات (Product Placement) أي ظهور أو ذكر منتج أو خدمات ما مقابل بدل مالي.
- السماح بالترويج للمواد المتعلقة بالبرنامج إذا كان ذلك ضروريًا للمضمون.
- يجب ألا يطلب من أي إعلامي التبرع لأي برنامج.
- لا يمكن استعمال الصور الافتراضية خلال التغطية التليفزيونية إلا في حال:

- تم إبلاغ المشاهدين مسبقًا عن وجودها.

- على هذه الصور ألا تستبدل الإعلانات القائمة والتي تم تصويرها مسبقًا.

- يمكن للمواد المتعلقة بالبرنامج أن تحظى برعاية تجارية.

- يحق للمؤسسات الإعلامية عرض الدعايات الخيرية التي لا تتقاضى هذه المؤسسة أجرها لإظهار الاهتمام بالمنفعة العامة، ولإظهار اهتمام المؤسسة بنوع دعائي غير مربح.

١٢- سوء استعمال المعلومات:

- يجب على الإعلامي ألا يستعمل معلومات خاصة وسرية لمصلحته الخاصة، حتى ولو كان القانون يسمح بهذا.

- على الإعلامي عدم الكتابة عن خصوصية الأشخاص، أو التطرق إلى قضاياهم العائلية، من دون تبرير الهدف المقنع من هذا التصرف.

- على الإعلامي عدم شراء أو بيع، بطريقة مباشرة أو عبر وسطاء مواضيع أو أخبار ينوي الكتابة عنها.

- لا يستطيع الإعلامي أن يدعي امتلاكه للمعلومات إلا أن ينشرها.

- على الإعلامي في حال امتلاكه لمعلومات خطيرة عدم الاحتفاظ بها لنفسه، وإنما استشارة هيئة التحرير في مؤسسته لمعرفة رأيهم في نشرها أو عدمه.

١٣- المصادر السرية:

الإعلامي ملزم أخلاقيًا بحماية المصادر السرية لمعلوماته.

١٤- الرشوة:

يجب على الإعلامي أن يرفض بشكل قاطع كل أشكال الرشوة التي تقدم إليه.

١٥- إخفاء الحقيقة:

على الإعلامي عدم السماح لنفسه بإخفاء الحقيقة؛ خوفًا من ضغوطات أو أسباب أخرى.

١٦- التلاعب بالوثائق:

على الإعلامي عدم الانجرار إلى خطأ التلاعب بالوثائق، لأي سبب كان، مهما كان شكل الوثيقة.

١٧- الأموال المتصلة بالشئون القضائية:

- ليس مقبولًا من أية وسيلة إعلامية أن تدفع بدلًا ماليًا لأي شاهد، أو من يمكن أن يكون شاهدًا في قضية ما، لقاء ادعاء معلومات، إلا إذا كان ذلك في سبيل المصلحة العامة، ومن دون التأثير على سير المحاكمة.
- ممنوع التعاطي المالي مع أي مشتبه فيه أمام المحاكم إلا إذا برئ.
- يجب على الشاهد أن يأخذ كل الأوراق الضرورية من الادعاء والدفاع للموافقة على عرض مقابلة معينة.

١٨- الدفع للمجرمين:

- يجب ألا يكون ثمة عروض دفع إلى مجرمين لكي يتحدثوا عن جريمة ارتكبها، احترامًا بشكل خاص لوجود أقارب وأصدقاء الضحايا.
- إذا أرادت الوسيلة الإعلامية أن تدفع إلى أحد المجرمين، عليها أن تصرح بهذا، ولأسباب وجيهة ترتبط بالمصلحة العامة.

١٩- الهجوم:

يجب أن يتحلى الإعلاميون بالشجاعة الهجومية حين يشعرون أن ثمة تضليلًا للرأي العام أو محاولة تشويه الحقائق أو تغيير متعمد لسياق المقابلة.

٢٠- المصلحة العامة:

- المصلحـة العامـة لا تدخـل ضمـن الحسـابات الإعلاميـة ولا تـرضى إلا بالحـث والكشـف عـن جريمـة بحـق المجتمـع، وحمايـة الصحـة والسـلامة العامـة، والحـول دون تضليـل الـرأي العـام مـن خـلال عمـل أو قـول أحدهـم.

- حرية التعبير هي من مظاهر المصلحة العامة.

- إذا تـم الإخـلال بالمصلحـة العامـة يجـب عـلى الصحافـة كشـف الأمـر، والعمـل عـلى وضـع حـد لمـا يحصـل.

- في حـال تـورط القاصريـن في أمـر مـا يجـب التفسـير للـرأي العـام أن مصلحتهـم العامـة تتوجـب التغطيـة عـلى بعـض الأمور.

- إن إخفـاء وطمـس الحقائـق وإسـكات وقمـع الـرأي العـام وإلى مـا هنالـك مـن انتهـاكات لحقـوق الإنسـان لا يجـب أن تكـون مـبرة تحـت عنـوان المصلحـة العامـة.

٢١- الأطفال:

- مـن غـير المسـموح الدخـول إلى المـدارس وإجـراء مقابـلات مـع التلاميـذ مـن دون أخـذ الإذن مـن إدارة المدرسـة.

- مـن غـير المسـموح تصويـر، أو أخـذ مقابلـة مـع مـن هـم دون سـن الرشـد المعـترف بـه، مـن دون موافقـة ولي الأمـر.

- من غير المسموح دفع أموال لإشراك الأطفال في برنامج معين.

- لا يحق للمحررين أن ينشروا صورًا، أو مشاهدًا لأبناء أشخاص مشهورين.

***

International Mechanism for Promoting Freedom of Expression

الآليات الدولية لتدعيم حرية التعبير في الأمم المتحدة

تناول مقرر الرأي والتعبير في الأمم المتحدة ومندوب حرية وسائل الإعلام في OSCE ومقرر حرية التعبير في OAS ومقرر حرية التعبير وحرية الوصول إلى المعلومات في ACHRP الموضوعات التالية والمستندة إلى المادة رقم ١٩ (الحملة الدولية لحرية التعبير):

١. إدراك أهمية الديمقراطية في إعطاء الأحزاب السياسية وقادتها مسئولية النقاش الحر حول جميع الموضوعات التي تهم العامة خاصة أوقات الانتخابات.

٢. التركيز على دور وسائل الإعلام خاصة الإذاعية والتليفزيونية في تأطير الموضوعات الخاصة بالانتخابات وإمداد جمهور الناخبين بالتطورات الحادثة في العملية الانتخابية وإيصال سياسات الأحزاب ووعود المرشحين لهم.

٣. الترحيب باستمرار الاتجاه الدولي نحو انتخابات أكثر ديمقراطية تعتمد في الأساس على حرية اختيار المرشح وذلك من خلال التصويت العادل والحر.

٤. التركيز على انتخابات نزيهة وذلك من خلال إعطاء الناخبين معلومات جيدة عن كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية وكذلك قدرة الناخب في الوصول إلى معلومات كافية ومتنوعة.

٥. يتضح أن الحكومات الديكتاتورية في العديد من الدول تستفيد من التوزيع غير العادل للتغطية الإعلامية والتغطية الإيجابية أنشطة الحكومة، ذلك لأنها قد تتحكم في وسائل الإعلام الحكومية والخاصة أو لأن علاقة الحكومة بوسائل الإعلام هي علاقة قريبة الصلة.

٦. إن وسائل الإعلام التي تتسم بالتعددية هي التي تضمن جميع وجهات النظر والآراء السياسية في أثناء الحملات الانتخابية.

٧. القلق بشأن تهديدات قد توجه إلى أي إعلام حر في أثناء التغطية الانتخابية، وقد تتمثل تلك التهديدات في اعتداءات بدنية أو هجوم من أي نوع أو وضع قيود قانونية تجاه حرية التعبير.

٨. إدراك لأهمية الدور التي تقوم به وسائل الإعلام المملوكة للدولة خاصة الخدمية منها في أثناء أوقات الانتخابات والتي تمد الجمهور بتغطية تتسم بالتوازن والحياد والموضوعية في الأخبار والأشكال البرامجية الأخرى.

تم تبني الموضوعات التالية عن الإعلام والانتخابات في ١٥ مايو ٢٠٠٩

البيئة العامة لوسائل الإعلام والانتخابات:

١. إن الدول عليها وضع عدد من الإجراءات والمتضمنة في البيان المشترك الصادر في ١٢ ديسمبر ٢٠٠٧ لخلق بيئة تمكن وسائل الإعلام التعددية من الازدهار وذلك يجب أن يتضمن الالتزام بشفافية ملكية وسائل الإعلام وإعطاء التراخيص لمختلف وسائل الإعلام لتشجيع التنوع والاختلاف وكذلك يجب منع القوانين التي تركز ملكية تنوع المحتوى بين وداخل المنافذ الإعلامية المختلفة.

٢. يجب منع القوانين المقيدة لحرية التعبير فإذا كانت هناك من هذا النوع موجودة في أثناء الحملات الانتخابية فيجب على الجهات المختصة ضمان حماية حرية التعبير بالمعايير الدستورية والدولية.

٣. يجب على كل الدول تفعيل نظم فعالة لمنع التهديدات أو الهجوم على وسائل الإعلام أو ما يؤثر على حريتها في التعبير كذلك البحث عن مصادر التهديدات إذا وجدت وإرسالهم للعدالة وتعويض الضحايا.

٤. على وسائل الإعلام أن تكون حرة في كتابة ونشر كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية، كذلك الابتعاد على نشر وثائق غير قانونية بواسطة الأحزاب أو المرشحين سواء كان ذلك في سياق البث المباشر أو الإعلانات.

٥. إن على الشخصيات السياسية ومن ضمنهم المرشحون أن يكونوا أكثر تقبلًا للنقد عن المواطن العادي وذلك في أثناء الانتخابات.

٦. على الأحزاب والمرشحين الذين تعرضوا للإحراج والإهانة من قبل وسائل الإعلام في أثناء الانتخابات التوجه سريعًا لتصحيح هذا الخطأ، كما أن لديهم الحق كاملًا للجوء إلى القضاء لاتخاذ الإجراءات القانونية.

٧. ليس مشروعًا لوسائل الإعلام أن تتحيز لأي من الآراء السياسية أو أي أشياء أخرى.

٨. إن مراقبة أي قواعد ترتبط بالإعلام والانتخابات يجب أن توضع تحت إشراف جهة إدارية مستقلة تقوم ببحث ودراسة أي شكوى قد تظهر، كما أن قرارات تلك الجهة يجب أن تخضع لمراجعة قضائية.

وسائل الإعلام المملوكة للدولة:

إن وسائل الإعلام المملوكة للدولة يجب أن توضع تحت الالتزامات التالية في أثناء أوقات الانتخابات:

١. يجب أن تتوافر لدى جميع الناخبين المعلومات الكاملة عن أمور الانتخابات والمتضمنة دور الانتخابات في الديمقراطية وكيفية ممارسة حق التصويت والموضوعات الانتخابية الأساسية والأوضاع السياسية للأحزاب والمرشحين المنافسين وذلك يتضمن تغطية تشتمل على توجيه أسئلة لرؤساء الأحزاب والمرشحين وكذلك عرض المناظرات بين المرشحين.

٢. يجب احترام مبادئ الحياد والتوازن عند تغطية العملية الانتخابية، وكذلك القرارات الحكومية وذلك يتضمن التغطية العادلة لجميع وجهات النظر.

٣. يجب ضمان إعطاء المرشحين الوصول العادي لوسائل الإعلام لعرض برامجهم الانتخابية للناخبين وذلك يعني تخصيص وقت مساوٍ للجميع وكذلك حق الإعلان في وسائل الإعلام لجميع المرشحين.

٤. يجب مصاحبة تغطية نتائج الانتخابات بمعلومات وافية لتمكين الناخبين من الفهم الجيد لجميع الإجراءات الانتخابية.

Editorial Policy BBC Election Guidelines Lst May 2008.

***

السياسة التحريرية لتغطية الانتخابات الصادر عن الـ BBC

على من ينطبق الدليل؟

- تطبق معايير ومبادئ الدليل الإرشادي على كل منتج إعلامي منشور صادر عن المؤسسة سواء كان مطبوعًا أو إلكترونيًا على شبكة الإنترنت.

- كل رئيس تحرير مسئول مسئولية كاملة عن توعية فريق العمل المشارك في تغطية الانتخابات البرلمانية بكافة الإرشادات الواردة في الدليل لتحقيق تغطية عادلة ومتوازنة.

- الخطوط الإرشادية لتغطية العملية الانتخابية.

١. التغطية العادلة والمتوازنة لكافة الأحزاب المشاركة في الانتخابات:

٢. على كل منتج إعلامي صادر عن المؤسسة في شكل مطبوع أو إلكتروني: «جريدة، مجلة نشرة، أو ملحق» أن يراعي عدالة التوازن في التغطية الإعلامية وإلقاء الضوء على الأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية وتجنب التركيز على الأحزاب السياسية الكبرى وتهميش أو تجاهل الأحزاب الصغرى المشاركة، لذا لابد من مراعاة تحقيق التوازن العادل في التغطية بين الأحزاب الكبرى والصغرى، مع الأخذ في الاعتبار حدوث أي تغيرات على خريطة الأحزاب السياسية كظهور أحزاب جديدة أو حدوث انشقاق حزبي أو أي تغيير في الظروف السياسية بصفة عامة.

أ - التغطية العادلة للأحزاب السياسية الكبرى:

وتتحقق من خلال:

- تخصيص مساحات متساوية للأخبار المنشورة عن كل حزب لتغطية برامجه ومؤتمرات مرشحه.

- إتاحة فرص متساوية لزعماء الأحزاب والمرشحين المستقلين لعرض برامجهم الانتخابية من خلال الحوارات الصحفية المنشورة في أثناء فترة الدعاية الانتخابية.

- امتناع مسئولي التحرير في الصحيفة عن نشر أي محتوى صريح أو ضمني في مقالاتهم أو افتتاحيات الصحيفة قد يتضمن تأييد حزب أو مرشح معين دون غيره تجنبًا لتأثير ذلك على قارئ الصحيفة عند الإدلاء بأصواتهم.

- مراعاة الأهمية النسبية للأماكن المخصصة للنشر ومدى قارئيتها وتجنب تخصيص الأماكن المميزة مثل (الصفحة الأولى, صفحات الرأي والفن، الصفحة الأخيرة) لنشر مواد تحريرية عن حزب أو مرشح دون غيره.

- مراعاة الأهمية النسبية للمساحات المخصصة للنشر عن كل حزب ومدى جذبها لعين القارئ (كالربع العلوي الأيسر من كل صفحة) ومدى بروزها باستخدام وسائل الإبراز (كالمانشيتات والعناوين الكبرى والألوان والصور...).

- مراعاة التوازن في توقيتات النشر (الأكثر قارئية لجمهور الصحيفة كالعطلات الأسبوعية والإجازات الرسمية, والعمل على إصدار ملاحق أسبوعية لتوعية القارئ بالمراحل الانتخابية وكيفية استخراج البطاقات الانتخابية وعملية التصويت والأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية وبرامجها الانتخابية ومرشحيها وخلفياتهم السياسية، وتجنب إصدار ملاحق خاصة عن حزب أو مرشح دون غيره، الأمر الذي قد يثير شبهة تأجير مساحات تحريرية مدفوعة الأجر دون التنويه أو الإعلان عن ذلك؟

- الحياد التام في تناول برامج الأحزاب وأنشطتها السياسية مع ضرورة عرض المادة الصحفية على رئيس التحرير التنفيذي أو سكرتير التحرير المسئول قبل النشر لضمان الحيادية في أسلوب ولغة التناول.

- مراعاة حق الرد والتصحيح تطبيقًا لقوانين النشر، ونشرها في نفس المكان وبنفس حجم الخط والمساحة للمادة الصحفية المطلوب الرد على محتواها وبما لا يضر بمصلحة الحزب أو المرشح.

ب - التغطية العادلة للأحزاب السياسية الصغرى:

- لكل انتخابات سياقها الخاص في تعاملها مع الأحزاب الصغرى والمرشحين المستقلين وفقًا للظروف والملابسات السياسية القائمة عند انعقاد الانتخابات، لذلك لابد أن يكون كل صحفي أو متخذ قرار إعلامي في مؤسسته الصحفية على علم ووعي تام بتلك الملابسات والظروف عند التعامل مع تلك النوعية من الأحزاب، فعلى سبيل المثال لابد من مراعاة الحيطة عند خوض أحد الأحزاب المناهضة للأديان أو المحرضة على العنصرية للانتخابات عند إلقاء الضوء عليها إعلاميًا ومراعاة أسلوب التناول لتلك النوعية من الأحزاب نظرًا لحساسية (الدين) في سياق التكوين الاجتماعي بصفة عامة.

- لا يجوز السماح عقب إعلان الترشيحات لأي ناخب لم يرشح في الانتخابات بانتقاد المرشح المعلن للحزب أو الاعتراض عليه، وهو الأمر الذي لا ينتقص في الوقت نفسه من حيادية الوسيلة الإعلامية.

- تجنب مراعاة الوزن النسبي لأهمية المنطقة الملقى الضوء على مرشحيها، بمعنى أنه يجب مراعاة الاهتمام بإلقاء الضوء على مرشحي أحزاب العاصمة بصورة أكبر من مرشحي الأحزاب عن الأقاليم أو المحافظات الأخرى، الأمر الذي يتفق وطبيعة العاصمة وأهميتها الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية بالمقارنة بالمحافظات والأقاليم الأخرى.

- لا يخضع كل ظهور لأي مرشح لمعايير التوازن والعدالة في التغطية في أثناء فترة

الحمـلات الانتخابيـة كحـدوث بعـض الحـالات الاسـتثنائية الخاصـة كوقـوع حـادث شـخصي لأحـد المرشـحين أو تعرضـه لحالـة وفـاة لأحـد أقاربـه مـع مراعـاة مراقبـة كـم ينـشر مـن أحـداث عارضـة عـن المرشـحين مـن خـلال مديـر التحريـر التنفيـذي أو سـكرتارية التحريـر.

- في المواقـع الإلكترونيـة الخاصـة بالصحـف يفضـل وضـع المـواد الصحفيـة المنشـورة عـن الانتخابـات عـلى وضعيـة (للقـراءة فقـط) Read Only وعـدم السـماح بتعليـق القـراء عليهـا ضمانًـا لحياديـة الموقـع الإلكـتروني للصحيفـة مـن دخـول وتعليـق قـراء قـد ينتمـون لحـزب معـين مـن الممكـن أن يضعـوا تعليقـات مهينـة أو مسـيئة للأحـزاب أو المرشـحين الآخريـن، كـما لا يجـوز قيـام الموقـع الإلكـتروني للصحيفـة بإحالتهـم إلى أي منتديـات أو مواقـع أخـرى لمناقشـة آرائهـم الانتخابيـة.

٢- استطلاعات الرأي:

فيـما يختـص باسـتطلاعات الـرأي التـي يتـم إجراؤهـا مـن قبـل أي جهـة في أثنـاء فـترة الانتخابـات لابـد مـن مراعـاة ثلاثـة عوامـل أساسـية هـي:

أ- يعتـبر أي اسـتطلاع رأي يتـم إجـراؤه خـلال الحملـة الانتخابيـة جـزءًا لا يتجـزأ مـن العمليـة الانتخابيـة لا يمكـن تجاهلـه ويجـب نـشره وأن يتـم إعـلام الجمهـور بمـا يتضمنـه مـن معلومـات ونتائـج.

ب- لابـد مـن مراعـاة السـياق الـذي ينـشر مـن خلالـه اسـتطلاع الـرأي وكذلـك مراعـاة اللغـة والمفـردات المسـتخدمة عنـد نـشر نتائـج الاسـتطلاع، إذ إن إغفـال السـياق أو اللغـة المسـتخدمة قـد يحيـد بالصحيفـة بعيـدًا عـن الموضوعيـة والحيـاد تجـاه النتائـج المتضمنـة بالاسـتطلاع، فالاسـتطلاعات (ترجـح) ولكنهـا (لا تثبـت أو تؤكـد).

ج- تحديـد الجهـة أو الهيئـة التـي أجـرت الاسـتطلاع، وكذلـك الجهـة أو الحـزب الـذي طلـب

إجـراءه وتحمـل تكلفتـه مـع توضيـح العينـة المبحوثـة التـي أجـري عليهـا الاسـتطلاع مـع مراعـاة التنبيـه إلى أن هـذا الاسـتطلاع يعكـس وضـع الـرأي العـام وقـت إجرائـه فقـط، كـما لا يجـوز تعميـم نتائجـه، الأمـر الـذي يضمـن مصداقيـة مـا ينـشر مـن بيانـات ومعلومـات عـلى جمهـور الناخبـين.

د- أي اسـتطلاع رأي يتـم إجـراءه مـن خـلال المراكـز البحثيـة التابعـة للمؤسسـة الإعلاميـة لابـد أن يوضـح عنـد نـشره أنـه لا يعـبر بالـضرورة عـلى رأي المؤسسـة في العمليـة الانتخابيـة لـذا يفضـل أن تتجنـب المؤسسـة نـشر هـذا النـوع مـن الاسـتطلاعات منعًـا لحـدوث خلـط في أذهـان الجماهـير بـين رأي الصحيفـة ونتائـج الاسـتطلاع الـذي تـم إجـراؤه مـن خـلال أحـد مراكزهـا البحثيـة.

٣- فترة الصمت الإعلامي:

- لا بـد أن تتوقـف كل أنـواع التغطيـة الإعلاميـة للحمـلات الانتخابيـة الخاصـة بـأي حـزب أو مرشـح كان في اليـوم المحـدد للاقـتراع (التصويـت) بدايـة مـن السـاعة المحـددة لبـدء التصويـت حتـى لحظـة إغـلاق أخـر صنـدوق تصويـت وفقًـا للسـاعات المعلنـة لإجـراء عمليـة الاقـتراع رسـميًا، بهـدف تـرك مسـاحة مـن الحريـة للناخبـين لاختيـار مرشـحهم دون أيـة عوامـل أخـرى قـد تؤثـر عـلى قرارهـم الانتخـابي.

- ويمنـع منعًـا باتًـا نـشر أيـة معلومـات قـد تتعلـق بـإدلاء الناخبـين بأصواتهـم طـوال فـترة عمليـة التصويـت، وأن يسـمح للمواقـع الإلكترونيـة الخاصـة بالصحـف بـألا تحجـب الأرشـيف الخـاص بهـا بمـا يتضمنـه مـن مـواد خاصـة بالانتخابـات في اليـوم المحـدد للاقـتراع.

***

المجلس الأوربي- اللجنة الوزارية

التوصية رقم (٩٩) ١٥

من لجنة الوزراء إلى الدول الأعضاء بشأن التدابير المتعلقة بـ «التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية»

(اعتمدتها اللجنة الوزارية في سبتمبر ١٩٩٩ في الجلسة ٦٧٨ لنواب الوزراء)

اللجنة الوزارية، وفقًا لأحكام المادة ١٥ (ب) من النظام الأساسي للمجلس الأوروبي، إشارة إلى أهمية دور ووسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، خاصة في وقت الانتخابات وبالتشديد على أن المبدأ الأساسي لاستقلال هيئات التحرير في وسائل الإعلام يكتسب أهمية خاصة في فترات الانتخابات، وإدراكًا من اللجنة للحاجة إلى مراعاة الفوارق الكبيرة القائمة بين وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وتأكيدًا على أن تغطية الانتخابات عن طريق وسائل الإعلام ينبغي أن تكون عادلة ومتوازنة وغير متحيزة، وبالنظر إلى أن مذيعي الخدمة العامة يتحملون مسئولية خاصة لضمان تغطية عادلة وشاملة للانتخابات في برامجهم والتي قد تشمل منح الدقائق المجانية للأحزاب السياسية والمرشحين، كما يجب أن تولي وسائل الإعلام اهتمامًا خاصًا ببعض أشكال تغطية العملية الانتخابية مثل نشر استطلاعات الرأي والدعاية السياسية مدفوعة الثمن، والحق في الرد، مع التأكيد على أهمية التنظيم الذاتي من قبل الإعلاميين أنفسهم فعلى سبيل المثال، يجب الاهتمام بمدونات السلوك الإرشادية والتي تحدد المبادئ التوجيهية للممارسات الجيدة والمسئولة لتحقيق تغطية نزيهة وعادلة للحملات الانتخابية، مع إدراك اختلاف الطبيعة التنظيمية والتدابير التنظيمية الذاتية في هذا المجال، واقتناعًا من اللجنة بفائدة الأطر المناسبة للتغطية الإعلامية للانتخابات للمساهمة في انتخابات حرة وديمقراطية، واضعة في اعتبارها الاختلافات القانونية والممارسات العملية المختلفة للدول الأعضاء في هذا

المجـال، وحقيقـة أنـه يمكـن أن تكـون خاضعـة لمختلـف فـروع القانـون مـع الاعـتراف بـأن أي إطـار تنظيمـي لتغطيـة الانتخابـات يجـب أن يحـترم المبـدأ الأسـاسي لحريـة التعبـير المحميـة بموجـب المـادة ١٠ مـن الاتفاقيـة الأوربيـة لحقـوق الإنسـان، والمفـسرة مـن قبـل المحكمـة الأوروبيـة لحقـوق الإنسـان.

إذ تشـير المبـادئ الأساسـية الـواردة في القـرار رقـم ٢ الصـادر في المؤتمـر الـوزاري الرابـع بشـأن سياسـة وسـائل الإعـلام «بـراغ، ديسـمبر ١٩٩٤» والتوصيـة رقـم (٩٦) (١٠) مـن اللجنـة الوزاريـة عـلى ضـمان اسـتقلال خدمـات الإذاعـة العامـة.

تـوصي حكومـات الـدول الأعضـاء بالنظـر في سـبل ضـمان احـترام مبـادئ العدالـة والتـوازن والحيـاد في تغطيـة الحمـلات الانتخابيـة مـن قبـل وسـائل الإعـلام، والنظـر في اتخـاذ التدابـير اللازمـة لتنفيـذ هـذه المبـادئ في القانـون المحـلي أو الممارسـات الفعليـة وفقًـا للقانـون الدسـتوري.

تذييل التوصية رقم (٩٩) ١٥

نطاق التوصية:

ينبغـي أن تنطبـق المبـادئ العادلـة والحيـاد في تغطيـة الحمـلات الانتخابيـة مـن قبـل وسـائل الإعـلام عـلى جميـع أنـواع الانتخابـات السياسـية التـي تُجـرى في الـدول الأعضـاء، وهـي الانتخابـات الرئاسـية والتشريعيـة والإقليميـة، وكذلـك الانتخابـات المحليـة والاسـتفتاءات السياسـية - إن أمكـن-.

وينبغـي أن تطبـق هـذه المبـادئ أيضًـا عنـد عـرض وسـائل الإعـلام تقاريـرًا عـن الانتخابـات التـي تُجـرى بالخـارج، وخاصـة عندمـا تتنـاول وسـائل الإعـلام مواطنـي البلـد الـذي تُجـرى فيـه الانتخابـات.

أولًا - التدابير المتعلقة بوسائل الإعلام المطبوعة:

١. حرية الصحافة:

يجب ألا يتعارض الأطر التنظيمية للتغطية الإعلامية للانتخابات من استقلال هيئات التحرير في الصحف أو المجلات ولا مع حقهم في التعبير عن أي تفضيل سياسي.

٢- وسائل الإعلام المطبوعة التي تملكها السلطات العامة:

ينبغي للدول الأعضاء اتخاذ التدابير اللازمة بشأن وسائل الإعلام التي تملكها السلطات العامة، عند تغطية الحملات الانتخابية لضمان تغطيتها بطريقة متوازنة ومنصفة وغير متحيزة، ودون تمييز ضد أو دعم لحزب سياسي أو مرشح معين دون الآخر.

وفي حالة إذا قبلت وسائل الإعلام الدعاية السياسية مدفوعة الثمن في منشوراتها، ينبغي التأكد من وضع الأحزاب والمرشحين على قدم المساواة ودون تمييز عند طلب شراء مساحة إعلانية.

ثانيا: التدابير المتعلقة بوسائل البث المسموعة والمرئية:

١- الإطار العام:

يجب أن تشجع الأطر التنظيمية وتسهل في أثناء الحملات الانتخابية التعبير التعددي للآراء عبر الوسائل المسموعة والمرئية مع الاحترام الواجب لاستقلال هيئات التحرير في البث، كما يجب أن تنص الأطر التنظيمية أيضًا على التزام تغطية الحملات الانتخابية بطريقة متوازنة وعادلة وغير متحيزة في وسائل البث المسموعة والمرئية العامة، ويجب أن ينطبق هذا الالتزام على كل من مذيعي الخدمة العامة وكذلك على كل مذيعي الوسائل الإذاعية الخاصة في المناطق ذات الصلة.

وفي الـدول الأعضـاء التـي أرسـت مفهـوم «فـترة مـا قبـل العمليـة الانتخابـات» ووفقًـا للقواعـد المتعلقـة بالعدالـة والتـوازن وعـدم التحيـز في تغطيـة الحمـلات الانتخابيـة مـن وسـائل الإعـلام ينبغـي أن تنطبـق هـذه القواعـد أيضًـا عـلى تلـك الفـترة.

٢- الأخبار برامج الشئون الراهنة:

نظـرًا لأن التنظيـمات الذاتيـة لا تنـص عـلى هـذا، ينبغـي عـلى الـدول الأعضـاء اتخـاذ تدابـير يتـم بموجبهـا تنظيـم البـث العـام والخـاص خـلال فـترة الانتخابـات، ضمانًـا للمعالجـة الإعلاميـة العادلـة والمتوازنـة وغـير المتحيـزة في الأخبـار في برامـج الشـئون الجاريـة، بمـا في ذلـك برامـج المناقشـات مثـل المقابـلات أو المناظـرات السياسـية مـع عـدم إعطـاء أي ميـزة إضافيـة للسـلطات العامـة.

٣- البرامج الأخرى:

وينبغـي الاهتـمام بالبرامـج الأخـرى، التـي لا ترتبـط بشـكل مبـاشر بالحملـة الانتخابيـة لكـن قـد يكـون لهـا أيضًـا تأثـير عـلى موقـف الناخبـين.

٤- الدقائق المجانية للأحزاب السياسية، المرشحين في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية العامة:

يجـوز للـدول الأعضـاء دراسـة جـدوى إرسـاء أحـكام تنظيميـة يتـم بموجبهـا تحديـد دقائـق البـث الحـر المتـاح للأحـزاب السياسـية – المرشـحين عـلى خدمـات البـث العـام وقـت الانتخابـات، وينبغـي أن يتـم ذلـك بشـكل عـادل ودون تمييـز وعـلى أسـاس معايـير موضوعيـة وشـفافة.

٥- الدعاية السياسية المدفوعة الثمن:

وفي الـدول الأعضـاء التـي يُسـمح فيهـا للأحـزاب السياسـية والمرشـحين بـشراء مسـاحات إعلانيـة لأغـراض انتخابيـة، ينبغـي أن تتضمـن الأطـر التنظيميـة مـا يـلي:

- إمكانيـة شراء مسـاحات إعلانيـة لجميـع الأطـراف المتنازعـة، بصـورة عادلـة ومتسـاوية وأسـعار سـداد متسـاوية.

- أن يكون إعلام الجمهور بأنها رسالة سياسية في شكل إعلان مدفوع الأجر.

يجـوز للـدول الأعضـاء النظـر في إدراج نـص في أطرهـا التنظيميـة للحـد مـن مقـدار المسـاحة المخصصـة التـي يمكـن شراؤهـا للدعايـة السياسـية لحـزب أو مرشـح.

ثالثًا: تدابير تتعلق بوسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة على السواء:

١- يوم للتأمل «للتفكير»:

يجـوز للـدول الأعضـاء في أطرهـا التنظيميـة النظـر في توفـير يـوم يحظـر فيـه نـشر الرسـائل الانتخابيـة الحزبيـة في اليـوم السـابق للتصويـت.

٢- استطلاعات الرأي:

يجـب أن تتضمـن الأطـر التنظيميـة مـا يكفـل عنـد نـشر لنتائـج اسـتطلاعات الـرأي، أن تقدم وسـائل الإعـلام للجمهـور معلومـات كافيـة لإصـدار حكـم عـلى قيمـة الاسـتطلاعات، وعـلى أن تتضمـن هـذه المعلومـات:

- اسم الحزب أو التنظيم السياسي أو أي شخص آخر تحمل تكاليف إجراء الاستفتاء.
- تحديد المنظمة التي تُجري الاستطلاع والمنهج المستخدم.
- الإشارة إلى العينة وهامش الخطأ في النتائج.
- الإشارة إلي تاريخ و/أو الفترة التي أُجري فيها الاستطلاع.

أمـا فيـما يخـص طريقـة عـرض وسـائل الإعـلام لنتائـج اسـتطلاعات الـرأي فـإن ذلـك يعـود لوسـيلة الإعـلام نفسـها.

وأي قيود من جانب الدول الأعضاء يمنع نشر/بث استطلاعات الرأي (حول نيات التصويت) في يوم الاقتراع أو في عدة أيام قبل الانتخابات ينبغي أن تمتثل لأحكام المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان كما فسرتها المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان

٣- حق الرد:

نظرًا لقصر مدة الحملة الانتخابية، يحق لأي مرشح أو حزب سياسي الحصول على حق الرد، في إطار القانون الوطني خلال فترة الحملة.

رابعًا: تدابير حماية الإعلام في وقت الانتخابات:

١. عدم تدخل السلطات العامة:

ينبغي على السلطات العامة الامتناع عن التدخل في أنشطة الصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات.

٢. حماية وسائل الإعلام من الهجمات والتخويف أو أي ضغوط أخرى غير مشروعة:

ينبغي على السلطات العامة اتخاذ الخطوات المناسبة لتوفير حماية فعالة للصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام وأماكن عملهم، على ألا تعوقهم في الوقت نفسه عن القيام بعملهم.

***

إرشادات حول تغطية الانتخابات في دول الكومنولث

نشرت بواسطة رابطة إذاعات الكومنولث التابعة للأمانة العامة للكومنولث:

اتفقت حكومات الكومنولث على مجموعة من المبادئ التي تعزز الديمقراطية، خاصة بعد إعلان سنغافورة لنفس المبادئ عام ١٩٧١ ثم إعلان هراري ١٩٩٢ لضمان انتخابات عادلة ونزيهة، بحيث لا يمكن التشكيك في مصداقيتها من قبل أي جهة سواء داخلية أو خارجية.

وهذه المبادئ تتضمن الإيمان بحرية الأفراد والحقوق المتساوية لكافة الأفراد دون التمييز في اللون، أو العرق أو أية تميزات أخرى وكذلك حقهم في المشاركة السياسية.

ويلعب الإعلام دورًا كبيرًا في التأكيد على مصداقية الانتخابات، ولذلك عقدت أمانة الكومنولث ورابطة إذاعات الكومنولث ورشة عمل في تورونتو في مايو ٢٠٠١ لوضع الخطوط العريضة الواجب اتباعها في الانتخابات ودعت العديد من كبار المذيعين من مختلف الدول.

وتم الاتفاق على أن جميع وسائل الإعلام لابد أن تساهم في ضمان تحقيق انتخابات نزيهة وعادلة بأية وسيلة وتوفير بيئة ديمقراطية لمحطات الراديو والتليفزيون تعتمد على قول الحقيقة وتقديم حقائق يستطيع الناخب الوثوق بها.

الخطوط الإجرائية استعدادًا للانتخابات:

إنشاء وحدة مخصصة للانتخابات، ويتم تشكيلها قبل الانتخابات بعام ضمانًا للتخطيط الجيد للحملات الانتخابية، وتتكون غالبًا من وحدة يرأسها شخص واحد، وتضم هذه الوحدة في عضويتها أفضل مخططي وواضعي البرامج والصحفيين وتتبعها محطة إذاعية صغيرة.

تدريب فريق الانتخاب:

ويقود هذا الفريق صحفيون متخصصون وعلى أعلى مستوى من الكفاءة والمهنية.

وضع مبادئ توجيهية داخلية خاصة بها:

وهـذه المبـادئ تسـاعد عـلى توجيـه السـلوك وضـمان وجـود تـوازن لمراقبـة التصرفـات الخارجـة عـن النظـام الانتخـابي.

الحصول على إرشادات مقبولة ومعترف بها:

مـن جانـب جميـع المعنيـين كأسـاس لإذاعـة الانتخابـات، تضعهـا وزارة الإعـلام المسـئولة، ومعظـم الأحـزاب السياسـية والهيئـة المسـئولة عـن إدارة الانتخابـات.

نشر الإرشادات:

وتكـون مِثابـة كتيـب مـع المجـلات والصحـف أو عـلى المواقـع الالكترونيـة، وكلـما صدقـت نوايـا تطبيـق الإرشـادات، كلـما سـهل إقنـاع الناخـب بالـدور الـذي يمكـن أن يقـوم بـه في العمليـة السياسـية.

وضع خطة برنامج انتخابي شامل:

وتشـمل برامـج وقواعـد، يتبعهـا المرشـحون أثنـاء الانتخابـات، وتسـاعد عـلى تعزيـز الديمقراطيـة، ومـع أهميـة مواصلـة هـذه البرامـج بالتنسـيق مـع الهيئـة الانتخابيـة والسياسـيين والتركيـز دائمًـا أن هـذه البرامـج لخدمـة المسـتمعين والمشـاهدين لتلبيـة احتياجاتهـم.

وعـلى وسـائل الإعـلام أن تبـذل جهـودًا لإقنـاع الجمهـور بـأن صوتهـم لـه أهميـة في العمليـة السياسـية، كـما أن زيـادة جمهـور المسـتمعين مـن الشـباب سيسـاعد عـلى انتقـال الديمقراطيـة مـن جيـل لأخـر، مـع الأخـذ في الاعتبـار أن تجاهـل العامـة للسياسـة سـوف يعـرض الديمقراطيـة لخطـر كبـير، ويجـب أن نذكـر المذيعـين بأهميـة التركيـز عـلى الجمهـور؛ لأنهـم لا يخاطبـون

محرري الأخبار، أو المدير العام أو حتى الوزير، فالتركيز يكون دائمًا على الجمهور والمشاهدين.

تدريب السياسيين:

يصف بعض السياسيين أنهم أشخاص مملون، وهذا صحيح في بعض الحالات، لكن لا يجب أن يتخذ السياسيون هذا كحجة لفرض الملل على الجمهور، فالتدريب يكون في الغالب للإعلاميين وليس السياسيين، لذلك يفتقر السياسيون من جميع الأحزاب للخبرة في مجال الإذاعة, وفي بعض الدول تتواجد صناعة كاملة للمرشحين المتميزين في الراديو والتليفزيون يتم من خلالها اختيار السياسيين الذين يظهرون تميزًا في مخاطبة الجمهور، وإذا لم تتواجد في دولة صناعة مرشحين جيدين، فعلى الأقل لابد من تدريب معظمهم، وهذه تمثل معضلة لبعض الصحفيين والسياسيين في كيفية إظهار الأفضل في الراديو والتليفزيون، ففي بعض الدول حديثة الديمقراطية يفتقد بعض السياسيين القدرة على استغلال الفرص لتوصيل الرسالة جيدًا ويساعد الإعلام في هذا الدور.

إنشاء نظام شامل لمراقبة نتائج الانتخابات:

من الضروري ضبط مخرجات تغطية العملية الانتخابية للحفاظ على نزاهة الانتخابات، فالمحررين في حاجة دائمًا إلى تقييم النشرات والتقارير الإخبارية, ولأن الصحفيين العاديين ربما يصدرون أحكامًا غير متزنة، فيجب تصحيحها في أقرب وقت لتقديم تغطية متميزة، وقد وضع نظامًا دقيقًا لتصحيح مثل هذه الأحكام.

القضايا الرئيسية التي تحتاج إلى مبادئ توجيهية محددة:

تخصيص الوقت للبث: في معظم الدول، تكون الأحزاب السياسية في حاجة إلى طرح برامجها من خلال البرامج الإعلامية، ومن ثم الإجابة على كافة تساؤلات الصحفيين، ويتطلب ذلك تخصيص وقت للأحزاب الصغيرة والكبيرة من ساعات البث الإذاعية بالتساوي.

ففـي الهنـد قدمـت اللجنـة الانتخابيـة مخططًـا عـام ١٩٩٨ يقـضي بتخصيـص ٤٥ دقيقـة لـكل حـزب معـترف بـه مـن قبـل الدولـة والأحـزاب الممثلـة في مجلـس النـواب، ويبقـى التسـاؤل هـل مـن الأفضـل أن تتحكـم المحطـة الإذاعيـة في بـث مثـل هـذه البرامـج؟ أيًـا مـا كانـت الإجابـة، يجـب أن يكـون لديهـا نظـام لمتابعـة وتقييـم تلـك البرامـج ومـن الأفضـل أيضًـا أن تكـون مسـجلة مسـبقًا.

ويفضـل أن يتـم الاعتـماد عـلى الحـد الأدنى مـن المعايـير التقنيـة ومنـع البرامـج التـي تحتـوي عـلى إسـاءة غـير مقبولـة للمعارضـين السياسـيين؟ مثـال عـلى ذلـك: عندمـا قامـت شركات غانـا للبـث برفـض بـث أي برامـج بالاشـتراك مـع الأحـزاب السياسـية المختصـة، في حالـة احتوائهـا عـلى مبـادئ ضـد النظـام العـام أو الآداب العامـة، أو إسـاءة للوحـدة الوطنيـة أو انتهـاك سـمعة الآخريـن، وتهـدف هـذه الاعتبـارات لضـمان توافـر قواعـد أساسـية لمواجهـة أيـة أزمـات محتملـة.

التوازن في الأخبار والشئون الراهنة:

فالمحـررون في حاجـة إلى تقييـم كل نـشرة إخباريـة، فأحـكام الصحفيـين العاديـة قـد تكـون غـير متوازنـة، هـذا المعيـار مـن الصعـب تحققـه ولكـن لابـد مـن تجنـب الأحـكام والانطباعـات الشـخصية، أمـا الأخطـاء غـير المقصـودة فيجـب تصحيحهـا في أقـرب وقـت لضـمان نجـاح التغطيـة ويـبرز في هـذا الشـأن توجيهـات الهيئـة البريطانيـة لتغطيـة الانتخابـات القائمـة عـلى تحقيـق التـوازن، فبرامـج الأخبـار اليوميـة لابـد أن تحقـق توازنًـا ملائمًـا في تغطيـة الأحـزاب السياسـية في سـياق كل أسـبوع مـن الحملـة.. فتصميـم البرامـج التـي تغطـي الحمـلات الإعلانيـة، ينبغـي أن تشـير إلى عنـصر واحـد عـلى الأقـل لـكل مـن الأطـراف الرئيسـية، وتجنـب البرامـج ذات الاتجـاه الواحـد في التغطيـة الانتخابيـة.

الرشاوى والفساد:

كيــف نســتطيع أن نمنــع الصحفيــين مــن تلقــي الرشــاوى أثنــاء تغطيــة الانتخابــات؟ فعــلى

الصحفيين أن يدركوا أن قبول أي نوع من الرشاوى هو انتهاك جسيم للواجب، يحتمل أن يؤدي إلى الفصل من الخدمة، وعلى السياسيين أن يدركوا أيضًا أن هذا التصرف سيتم إبلاغه إلى الهيئة الانتخابية، حتى لا يتم تشويه العملية الانتخابية.

التعليقات المتناقضة مع الأخبار:

ويتضمن الإجابة على تساؤلات منها كيفية تجنب تعبير الصحفيين والمحررين عن آرائهم ومعرفة مدى إمكانية إفساح المجال أمام المعلقين السياسيين في أخبار، ففي بعض الدول تتطابق آراء بعض الصحفيين مع حزب أو أخر، مما يهدم مصداقية الصحفيين ولذلك يمنع الصحفيون والكتاب التعبير عن آرائهم السياسية في النشرات الإخبارية.

لمن تقدم الشكاوى؟ ترسل الشكاوى إلى رئيس التحرير أولًا وإذا لم يستجب لهذه الشكاوى، تقدم إلى اللجنة الانتخابية أو إلى أية سلطة انتخابية أخرى.

ضمان الاستجابة السريعة: يجب أن تضمن المحطات التحقيق في الشكاوى في أسرع وقت.

حق الرد: ففي حالة الرد على الشكاوى ينبغي الرد في مكان بارز ويمنح هذا الحق لكل الأحزاب بشكل متوازن.

تغطية عادلة: هل تقصد بها تغطية على قدم المساواة أو تغطية عادلة؟ وهل العادلة أفضل؟ وماذا يعني ذلك؟ حاولت إذاعة جنوب أفريقيا تقديم الإجابة على هذه التساؤلات من خلال تقديم مجموعة من الإرشادات لتغطية الانتخابات، فحاولت الإذاعة معاملة الأحزاب وكافة الآراء بطريقة متساوية، ولكن هذا لا يعني تشويه قيمة الأخبار من خلال إعطاء وزن متساوٍ للأحزاب الصغيرة، فالجنة تختص بضمان تغطية شاملة للمتنافسين، ولكن تطبيق معيار المساواة المطلقة في المعاملة للأحزاب السياسية قد لا يصلح في برنامج واحد، بما أن ليس كل الأحزاب السياسية لديها الحق في الظهور في كل البرامج.

النزاهة:

مـن خـلال معاملـة الأحـزاب والآراء المتناقضـة بطريقـة شـفافة، وفي حالـة الحصـول عـلى المعلومـات لا يتـم الاعتـماد عـلى الأحـزاب السياسـية وحدهـا؛ لأنـه في حالـة الفشـل في الحصـول عـلى المعلومـات، سـيتم تحريفهـا لصالـح الأحـزاب الأخـرى.

وكالات الأخبار اليومية:

في معظـم الـدول حديثـة العهـد بالديمقراطيـة، تقـوم وكالات الأنبـاء المحليـة بجمـع الأخبـار في كافـة أنحـاء الدولـة، ويكـون لديهـا غـرف لرقابـة الأخبـار في الإذاعـة، وتقـوم هـذه الغـرف بمراجعـة المـواد الغير المحـررة التـي تـأتي مـن الوكالـة الحكوميـة، وإذا علمـت غـرف الأخبـار أن الوزيـر لا يقـول الحقيقـة فتحـاول أن تكشـف ذلـك.

التلاعب بوسائل الإعلام:

كيـف نضمـن عـدم قيـام المرشـحين باسـتغلال برامـج إذاعيـة كنـوع مـن الدعايـة الانتخابيـة؟ أو قيـام رؤسـاء الـدول أو الـوزراء بنفـس الممارسـات الانتخابيـة؟ وهـذه مشـكلة كبـيرة قـد تشـوه تغطيـة الانتخابـات في الراديـو والتليفزيـون.

ففـي كنـدا، هنـاك مبـادئ إرشـادية تحكـم البرامـج الإذاعيـة الكنديـة لتغطيـة الانتخابـات متمثلـة في وجـود معايـير للصحفيـين، وهـذه المعايـير تنـص عـلى وجـود أهميـة خاصـة لبرامـج المعلومـات أثنـاء الانتخابـات أو حمـلات الاسـتفتاء، وهـذه السلسـلة تتطلـب اهتمامًـا وثيقًـا ودقيقًـا لتحقيـق التـوازن السـياسي العـام.

رصد تغطية الانتخابات:

التسـجيلات الكاملـة: يجـب عـلى المحرريـن الاحتفـاظ بالتسـجيلات الكاملـة للنـشرات الإخباريـة وتسـجيل كافـة البرامـج المرتبطـة بالانتخابـات بمـا فيهـا بـث انتخابـات الأحـزاب.

الاطـلاع عـلى سـجلات الرصـد: فالمحطـات الإذاعيـة لابـد أن تكـون مسـتعدة لتقديـم التسـجيلات لهيئـة الإشراف عـلى الانتخابـات في أي وقـت مـع تسـجيل كافـة المعلومـات؛ لأنهـا قـد تحتاجهـا لرصـد أدائهـا.

استطلاعات الرأي:

لابـد مـن الاهتـمام بنقـل نتائـج اسـتطلاعات الـرأي أثنـاء وبعـد الانتخابـات، وهـذا المعيـار يطبـق في كافـة الـدول الديمقراطيـة، وقـد يحـاول الحـزب جـذب أصـوات العشـوائية مـن نـشر اسـتطلاعات الـرأي لصالحهـم.

اختيـار السياسـيين لبعـض الصحفيـين: هـل يجـوز أن يختـار السياسـيون مجموعـة مـن الصحفيـين لتغطيـة اجتماعاتهـم أثنـاء الانتخابـات، وهـل لهـم مجمـل الحريـة في تخصيـص التقارير المهمـة للصحفيين الذيـن يختارونهـم؟ والإجابـة بالطبـع لا, فالمحـرر المسـئول قـد يكـون لـه الحريـة في اختيـار الصحفيـين المسـئولين عـن تغطيـة الانتخابـات، ولكـن لا يحـق للسياسـيين أن يختـاروا صحفيـين بعينهـم لأن هـذا الأمـر يؤثـر عـلى مصداقيـة التغطيـة الإعلاميـة للانتخابـات.

مكاتـب الرئاسـة الصحفيـة: في العديـد مـن الـدول، يقـوم المكتـب الصحفـي في مقـر الرئاسـة بتسـليم الأخبـار إلى وزيـر الإعـلام في مظاريـف مختومـة، ومنـه لغـرف الأخبـار مـع تعليـمات مكتوبـة أو غـير مكتوبـة بعـدم تغيـير كلمـة واحـدة، وبعدهـا يكـون للمحـرر مجمـل الحريـة للحكـم عـلى قيمـة ودقـة هـذه الأخبـار، وهـذا الأسـلوب لا يأخـذ بـه في الـدول الديمقراطيـة المتقدمـة لأنـه يشـوه القيـم الخبريـة ويقـضي عـلى نزاهتهـا.

التعليق على المحتوى الإخباري:

في حالـة التعليـق عـلى قصـة إخباريـة في نـشرة الأخبـار، يجـب أن يتجنـب الصحفـي التحيـز في الرأي، حتـى لا يعطـي وزنًـا لحـزب أو مرشـح مـا، بغـض النظـر عـن أهميـة وقيمـة المحتـوى.

الرقابة الذاتية:

هل الرقابة تعني أن تجبر الصحفيين على وضع الأخبار التي تخص الرئيس في مقدمة النشرة الإخبارية لو ظهرت كلمة الرئيس في بداية القصة، حتى لو كانت تتعلق بمناسبات شخصية تخصه؟ بالطبع لا، ليس من لضروري أن توضع الأخبار الرئاسية في المقدمة، خاصة الأخبار الشخصية إذا كانت تفتقد للمهنية لأنه سيضع الرئيس نفسه في موقف حرج، لا بد أن تنظم إدارة المحطة ورش عمل للصحفيين لضمان تطبيق أعلى المعايير الصحفية.

تثقيف الناخبين: وهي من ضمن مسئوليات وسائل الإعلام، فوسائل الإعلام العامة لديها واجب واضح أثناء الانتخابات لتوفير معلومات عن العملية الانتخابية لضمان إعطاء الحد الأدنى من المعلومات المطلوبة لجمهور الناخبين، وهذه البرامج التثقيفية يجب ألا تكون لصالح حزب ما أو مرشح معين, وهذا الدور لا يقتصر فقط على المحطات العامة بل يشمل أيضًا المحطات الخاصة.

أصوات الجماهير: يجب الاهتمام بها لأنها قد تعكس آراءً مهمة لصالح جماعة معينة في وقت معين أيضًا، ولكن على اللجنة الانتخابية ألا تأخذها كمسلمات لأنها غير صالحة إحصائيًا كما أنها لا تمثل مقياسًا حقيقيًا لكافة نوايا التصويت.

من يمتلك وسائل الإعلام؟ هل يستطيع حزب سياسي أو مرشح امتلاك محطة راديو أو قناة تليفزيونية؟ وفقًا للإرشادات لا يصح ولكن قد يتم التشاور مع السلطة الانتخابية، ولكنه يشوه التوازن العام في التغطية الإعلامية، فبعض الأحزاب السياسية والسياسيين يسيطرون على المحطات الإذاعية والتليفزيونية لتحقيق مصالحهم.

وتنص مدونة سلوك جوانا لعام ٢٠٠٠ على امتناع المرشحين أصحاب وسائل الإعلام عن استخدام برامجهم لتعزيز الأهداف السياسية.

وأخيراً: فإن المبادئ تحمي الصحفيين بحيث لا يمكن فصل أي مذيع أو توجيه اللوم له إلا من خلال دراسة متأنية لمدى التزامه بهذه المعايير التي لا يجب تجاهلها لضرورتها في تحقيق تغطية نزيهة ومتوازنة للانتخابات في إطار توجيهات رابطة إذاعات الكومنولوث.

***

«IDEA ميثاق سلوك وسائل الإعلام في أثناء الانتخابات»

بالنسبة للصحفي:

- المهمة الأساسية للصحفي هي التغطية الصحفية الدقيقة وغير متحيزة.
- يجب على الصحفي أن يقدم المعلومات فقط بموجب الحقائق التي يعرف مصدرها أو أصلها، على الصحفي ألا يحجب المعلومات الأساسية.
- يجب على الصحفي أن يراعي السرية المهنية فيما يتعلق بمصدر المعلومات التي يحصل عليها .
- يجب أن تكون تغطية الصحفي للانتخابات متوازنة، إذا قام أحد المرشحين بإدلاء تصريحات أو ادعاءات عن مرشح آخر فيجب على الصحفي أن يحصل على التعليقات من الجانبين – كلما أمكن ذلك-..
- يجب على الصحفي أن يبذل أقصى ما يستطيع لتصحيح نشر معلومات غير دقيقة تضر العملية الانتخابية.
- يجب على الصحفي أن يقوم بتغطية رؤية المرشحين أو الأحزاب السياسية مباشرة مستخدمًا ألفاظهم بدلًا من وصفها بأسلوب أخر – كلما أمكن ذلك-.
- يجب على الصحفي أن يتجنب استخدام اللغة أو الألفاظ المعبرة التي تزيد من التمييز أو العنف في بعض الموضوعات مثل العرق أو الجنس أو الاتجاه الجنسي أو اللغة أو الدين أو الآراء بصفة عامة أو الأصول القومية أو الاجتماعية.
- عند تغطية موضوع يتضمن آراء تؤيد التمييز أو العنف يجب على الصحفي أن يبذل أقصى ما يستطيع لعرض هذه الرؤية في سياق واضح وأن ينقل الآراء بشكل مباشر نحو الأفراد الموجهة إليهم.

- يجب على الصحفي ألا يقطع على نفسه وعدًا لأحد السياسيين بخصوص التقرير الإخباري.

- يجـب عـلى الصحفـي أن ينـشر نتائـج اسـتطلاعات الـرأي بحـرص شـديد، ولابـد أن يتضمـن التقريـر الإخبـاري المعلومـات التاليـة:

١. متى ومن قام بتمويل الاستطلاع ومن المشرف على تنفيذه؟

٢. عدد الأفراد الذين خاضوا الاستطلاع وكيف وأين تمت مقابلتهم ونسبة الخطأ؟

٣. ما هي الصيغة الدقيقة للأسئلة؟

- يجب أن يتلافى الصحفي بعض الجرائم المهنية الخطيرة التي تتمثل في:

١. سرقة المؤلفات والأخبار. plagiarism

٢. التحريف الخبيث للمعلومات. malicious misrepresentation

٣. الافتراء والقذف والتشهير والاتهامات الخاطئة.

٤. قبول رشوة بأي شكل من الأشكال مع وضع النشر أو القمع في الاعتبار.

بالنسبة للوسيلة الإعلامية:

- في كل وسـائل الإعـلام لابـد أن يكـون هنـاك فصـلاً واضحًـا بـين الحقائـق والتعليقـات «الـرأي والخـبر» التقاريـر الإخباريـة يجـب أن تعكـس الحقائـق بأمانـة كـما حصـل عليهـا الصحفـي، التعليـق قـد يعكـس السياسـة التحريريـة للجريـدة واتجاهاتهـا.

- يجـب عـلى وسـائل الإعـلام ذات الملكيـة العامـة ألا تعـبر عـن رأيهـا سـواء لمصلحـة أو ضـد أحـد الأحزاب أو المرشـحين.

- تبـدو مهمـة وسـائل الإعـلام ذات الملكيـة العامـة أن تقـدم تغطيـة متوازنـة وغـير متحيـزة ولا تفـرق بـين الأحـزاب في الوقـت المسـموح لظهورهـا مـن خلالهـا.

- في حالـة سـماح وسـائل الإعـلام بالإعـلان مدفـوع الأجـر يجـب أن تقـوم عـلى عـدم التمييـز بـين الأحـزاب وتسـمح لهـم في الظهـور بمعـدلات متسـاوية.

- يجـب ألا تكـون الأخبـار والمقابـلات والمعلومـات وبرامـج الشـئون الجاريـة أو المقـالات التـي تنـشر في وسـائل الإعـلام العامـة متحيـزة لصالـح أو ضـد أي حـزب أو مرشـح سـياسي.

- يجـب أن تقـدم وسـائل الإعـلام تغطيـة عادلـة ومتوازنـة لـكل الأحـزاب السياسـية ومرشـحيها وبرامجهـا السياسـية.

- يجـب عـلى وسـائل الإعـلام أن توفـر مشـاركة الجمهـور وتحثـه عـلى التعبـير عـن رأيـه ووجهـة نظره .

- لابـد أن تـروج وسـائل الإعـلام للقيـم الديمقراطيـة مثـل سـيادة القانـون والمسـاءلة والحكـم الرشـيد.

- أي حـزب أو مرشـح سـياسي يتـم تشـويه صورتـه عـن طريـق التشـهير أو أصيـب بـأذى مـن بـث أو نـشر يجـب أن تمنـح لـه فرصـة إمـا أن يكـون لـه حـق الـرد أوالتصحيـح أو التراجـع مـن قبـل المذيـع أو النـاشر أو عـن طريـق الفـرد الـذي قـام بالتشـهير ويجـب أن ينـشر أو يـذاع الـرد أو التصحيـح في أقـرب وقـت ممكـن.

- التغطيـة الخبريـة للمؤتمـرات الصحفيـة والبيانـات العامـة حـول موضوعـات ذات جـدل سـياسي (عـلى عكـس وظائـف الدولـة) التـي ينظمهـا أو يقدمهـا رئيـس الحكومـة أو وزيـر الحكومـة أو أعضـاء البرلمـان لابـد أن تخضـع لحـق الـرد أو مبـدأ المسـاواة في الوقـت، هـذا الالتـزام يكتسـب قـوة أكـبر عندمـا يكـون الشـخص الـذي يلقـي الخطـاب أو البيانـات مرشـحًا للرئاسـة..

- لابد أن تنشر أو تذيع وسائل الإعلام العامة مواد لتعليم الناخبين.

- يجب على مواد تعليم الناخبين أن تكون دقيقة وغير متحيزة وأن تكون مؤثرة في إخبار القارئ عن عملية الانتخاب, ولابد أن تتضمن كيف ومتى وأين يتم الانتخاب؟ والتسجيل في القوائم الانتخابية وطريقة التسجيل الصحيحة وسرية الاقتراع وأهمية التصويت وكذلك المسائل المماثلة.

- يجب أن تحتوي مواد تعليم الناخبين على برامج بلغة الأقليات وبرامج موجهة إلى الجماعات التي قد تكون مستبعدة من العملية السياسية مثل النساء والمعاقين.

- ينبغي أن ترصد وسائل الإعلام الإنتاج الخاص بها للتأكد من أنه يتفق مع المعايير التي يتضمنها ميثاق سلوك وسائل الإعلام.

***

ميثاق للصحافة والنشر في بريطانيا (يناير ١٩٩٨م)

على كل العاملين بالصحافة الالتزام بأسمى المعايير المهنية والأخلاقية هذا الميثاق يضع حدود تلك المعايير. فهو يحمي حقوق الفرد ويدعم حق الجمهور في المعرفة ويمثل هذا الميثاق حجر الزاوية في نظام الرقابة الذاتية الذي التزمت به صناعة الصحافة بقوة لابد أن يضمن رؤساء التحرير والناشرون أن هناك التزامًا قويًا بهذا الميثاق ليس فقط من جانب فريق العمل التابع لهم وإنما أيضًا من جانب أي شخص يساهم بالكتابة في صحفهم.

ومن الضروري لاستمرار العمل بميثاق متفق عليه أن يحظى بالاحترام الواجب نصًا وروحًا ولا ينبغي تفسير هذا الميثاق من زاوية ضيقة، بحيث نحصره في احترام حقوق الفرد، أو أن نفسره بشكل فضفاض بحيث يحول دون النشر للصالح العام.

ومسئولية رؤساء التحرير هي التعاون مع (لجنة الشكاوى الصحفية -Press Complains Commission) بأسرع ما يمكن بغية التوصل إلى حل للمشاكل المطروحة، وينبغي على أية مطبوعة تتعرض لانتقاد من جانب PCC طبقًا لأحد البنود التالية أن تنشر الحكم القضائي بهذا الخصوص بالكامل، وبما يستحقه من إبراز:

١- الدقة:

أ - ينبغي على الصحف والدوريات أن تراعي عدم نشر مواد غير دقيقة ومضللة أو مشوهة، بما في ذلك الصور.

ب - عندما يتم التحقيق من الوقوع في خطأ جوهري من عدم الدقة أو نشر بيان مضلل أو تقرير مشوه، فإنه ينبغي تصحيح الخطأ بصورة فورية وبما تستحقه من إبراز.

ج – ينبغي نشر اعتذار عندما يكون ذلك ملائمًا.

د- ينبغي على الصحف أن تميز وبوضوح – فيما تحتفظ بحريتها في أن تنتمي لهذا الحزب أو ذلك، بين التعليق، والحدث، والحقيقة.

هـ - ينبغي على أية صحيفة أو دورية أن تنشر بنزاهة ودقة نتيجة القيام بعمل من أعمال القذف كانت طرفًا فيه.

٢- فرصة الرد:

ينبغي أن يعطى للأفراد والتنظيمات فرصة عادلة للرد على ما هو غير صحيح أو دقيق كلما كان هذا مطلوبًا ومعقولًا.

٣- الخصوصية:

أ - من حق كل فرد احترام حياته الخاصة والأسرية، بما في ذلك شئون المنزل والأمور الصحية والمراسلات الخاصة، وسيكون من المتوقع من أي صحيفة تبرير اقتحام الحياة الخاصة لأي فرد، دون موافقته على ذلك.

ب - من غير المقبول استخدام عملية التصوير عن بعد لأناس في أماكن خاصة، دون موافقتهم.

ملحوظة:

الأماكن الخاصة عبارة عن ملكية عامة أو خاصة يتوفر فيها عنصر توقع اتسامها بالخصوصية، بصورة معقولة.

٤- المضايقات والملاحقات:

أ- ينبغي على الصحفيين والمصورين عدم الحصول على أو السعي إلى الحصول على معلومات أو صور عن طريق الابتزاز، والملاحقات، أو المطاردات.

ب- وينبغي عليهم عدم تصوير أفراد في أماكن خاصة (طبقًا للتعريف الموجود في الملحوظة بالفقرة (٣) دون الحصول على موافقتهم وينبغي عليهم عدم الإلحاح في الاتصال الهاتفي، وتوجيه التساؤلات، وملاحقتهم، أو تصوير أفراد أن يكون قد طلب منهم

التوقف عن ذلك، كما أنه ينبغي عليهم عدم البقاء في أماكن هي ملك لأولئك الأفراد، بعد أن يكون قد طلب منهم مغادرتها، وينبغي عليهم عدم متابعتهم.

ج- على رؤساء التحرير التأكد من أن أولئك العاملين معهم يلتزمون بهذه المتطلبات بالكامل، وينبغي عليهم عدم نشر مواد من مصادر أخرى لا تلتزم بتلك المتطلبات.

٥- اقتحام الآخرين في حالات الحزن أو الصدمة:

لابد أن تتم عملية توجيه الأسئلة في الحالات التي تنطوي على أحزان أو صدمة.

بتعاطف وتعقل، ولابد من معالجة عملية النشر بحساسية، بيد أنه ينبغي عدم تفسير ذلك على أنه تقييد لحق نقل الأحداث القضائية وسير القضايا.

٦- الأطفال:

أ - لابد من أن يكون الصغار أحرارًا في استكمال دراستهم دون حدوث عمليات اقتحام غير ضرورية لعالمهم.

ب- ينبغي على الصحفيين عدم استجواب أو تصوير أطفال تحت سن السادسة عشرة فيما يتعلق بموضوعات تمس مصالح الطفل أو أي طفل آخر، وذلك في غياب، أو دون موافقة ولي الأمر، أو شخص بالغ آخر مسئول عن الأطفال.

ج- ينبغي عدم الاقتراب من التلاميذ أو تصويرهم وهم في مدارسهم دون الحصول على إذن من إدارة المدرسة.

د- ينبغي عدم دفع أموال للقصر مقابل معلومات تمس مصالح الأطفال، أو للوالدين، أو أولياء الأمور مقابل معلومات تتعلق بأطفالهم، ما لم يكن ذلك في مصلحة الطفل بصورة واضحة.

هـ- عندما تنشر مواد تتعلق بالحياة الخاصة لطفل، لابد من وجود مبرر للنشر، بخلاف سمعة الوالدين أوولي الأمر الطيبة أو السيئة، أو مكانتهم.

٧- الأطفال وقضايا الجنس:

أ - ينبغـي عـلى الصحافـة ألا تعـرف أطفـالًا تحـت سـن ١٦ متورطـين في قضايـا تتعلـق بالانتهـاكات الجنسـية، ضحايـا كانـوا أو شـهودًا، حتـى لـو لم يكـن القانـون يحظـر ذلـك.

ب- وفي أي تقرير صحفي حول قضية انتهاك جنسي ضد الطفل:

١. ينبغي عدم ذكر اسم الطفل أو التعريف به.

٢. ربما يتم التعريف بالبالغ.

٣. ينبغي عدم استعمال كلمة (سفاح القربى) حيثما قد يتم التعريف بالطفل الضحية.

٤. يجـب التـزام الحـذر بعـدم وجـود مـا يوحـي في التقريـر الصحفـي بـأن هنـاك علاقـة بـين المتهـم والطفـل.

٨- وسائل الاستماع:

يجـب عـلى الصحفيـين عـدم الحصـول عـلى أو نـشر مـادة تـم الحصـول عليهـا مـن خـلال وسـائل اسـتماع سريـة أو عـن طريـق التنصـت عـلى المكالمـات التليفونيـة الخاصـة.

٩- المستشفيات:

أ - إن الصحفيـين أو المصوريـن الذيـن يقومـون بالاسـتعلام عـن معلومـات مـن المستشـفيات أو مؤسسـات مماثلـة يجـب عليهـم توضيـح هويتهـم للمسـئولين التنفيذيـين والحصـول عـلى تصريـح قبـل دخـول أماكـن لا يـصرح للعامـة بارتيادهـا.

ب- إن القيـود المفروضـة عـلى التطفـل عـلى الحيـاة الخاصـة تشـمل السـؤال عـن حالـة الأشـخاص الموجوديـن في مستشـفيات أو مؤسسـات مماثلـة.

١٠- الأقارب والأصدقاء من غير المذنبين (الأبرياء):

يجب على الصحافة أن تتجنب توضيح هوية أقارب أو أصدقاء كل من يدان أو يتم اتهامه بجريمة ما طالما لم تحصل على موافقتهم.

١١- تشويه الحقائق:

أ- يجب بشكل عام على الصحفيين عدم الحصول على معلومات أو السعي للحصول على معلومات أو صور عن طريق تشويه الحقائق أو الحيل الملتوية.

ب- يجب أن يتم تداول المستندات أو الصور بموافقة مالكها.

ج- يمكن اللجوء إلى الحيل الملتوية فقط في حالة الحصول معلومات تهم الرأي العام وعندما لا يمكن الحصول على المعلومات بكل الطرق الأخرى.

١٢- ضحايا الاعتداءات الجنسية:

يجب على الصحافة ألا توضح هوية ضحايا الاعتداءات الجنسية كما يجب ألا تنشر مواد من شأنها أن تسهم في تحديد هوية هؤلاء الضحايا إلا في حالة وجود مبرر قوي، وعندئذ للصحافة مطلق الحرية في فعل ذلك بمقتضى القانون.

١٣- التمييز العنصري:

أ- يجب على الصحافة أن تتجنب الإشارة إلى جنس أو لون أو دين أو ميول جنسية لفرد بشكل يشتم منه التمييز العنصري... كما يجب تفادي الإشارة إلى إصابة شخص ما بمرض عضوي أو عقلي أو إعاقة ما.

ب- يجب تفادي نشر تفاصيل الجنس الذي ينتمي إليه شخص ما أو لونه أو دينه أو ميوله الجنسية أو مرض عضوي أو عقلي أو إعاقة، ما لم يكن النشر ذا صلة مباشرة بالموضوع المنشور.

١٤- الصحافة المالية:

أ- على الرغم من أن القانون لا يحظر الحصول على تلك المعلومات إلا أن الصحفيين يجب عليهم عدم الاستفادة من معلومات الأرباح المالية التي يحصلون عليها مقدمًا قبل النشر العام بالصحافة، كما يجب عليهم عدم نقل تلك المعلومات إلى آخرين.

ب- يجب على الصحفيين ألا يكتبوا عن الأسهم أو المستندات التي يعرفون عنها معلومات قد تفيدهم أو عائلاتهم بدون إبلاغ المحرر أو محرر الشئون الاقتصادية.

ج- يجب ألا يقوم الصحفيون ببيع أو شراء أسهم أو سندات سواء بشكل مباشر أو عن طريق وسطاء، كتبوا عنها مؤخرًا أو على وشك الكتابة عنها في المستقبل القريب.

١٥- المصادر السرية:

هناك التزام أخلاقي يجب أن يتحلى به الصحفيون من أجل حماية المصادر السرية للمعلومات.

١٦- دفع الأموال في مقابل الحصول على معلومات لنشرها:

أ- يجب عدم دفع أموال أو عرض أموال مقابل قصص أو معلومات من شهود أو ممن يصبحون شهودًا في حوادث جنائية سواء كان الدفع أو عرض دفع الأموال مباشرًا أم من خلال وسطاء، ماعدا حالة ضرورة النشر من أجل الصالح العام ووجود حاجة ملحة لدفع أو الوعد بدفع من المال مقابل المعلومات يجب على الصحفيين اتخاذ كافة الخطوات الممكنة لضمان عدم وجود معاملات مالية من شأنها التأثير على الأدلة التي قد يقدمها هؤلاء الشهود.

(إذا ما وافق أحد المحررين على دفع مبالغ مالية يجب عليه أن يكون مستعدًا لإيضاح وجود ضرورة مشروعة ومن أجل الصالح العام فيما يختص بموضوعات للعامة الحق

في معرفتها، كما يجب إحاطة ممثل الادعاء والدفاع علمًا بتقديم مبالغ مالية لمن يتم استدعاؤه للشهادة في قضية ما كما يجب أن ينصح الصحفيون الشاهد بالقيام بذلك).

ب - إن دفع مبالغ مالية أو عروض دفعها مقابل الحصول على قصص أو صور أو معلومات من المجرمين ممن تمت إدانتهم أو اعترفوا بجرائمهم أو معارفهم - ويشمل ذلك أفراد العائلة والأصدقاء والزملاء، يجب ألا يتم ذلك بشكل مباشر أو من خلال وسطاء إلا عندما تكون المادة التي يسعى الصحفي للحصول عليها ينبغي نشرها من أجل الصالح العام:

- قد تكون هناك استثناءات للمواد التي تحمل علامة – مميزة- إذا ما كان الغرض هو خدمة الصالح العام.

١- إن الصالح العام يشتمل على:

أ- الكشف عن جريمة أو سلوك إجرامي خطير.

ب- حماية الصحة العامة أو الأمن العام.

ج- منع تضليل أو خداع الجمهور ببيانات أو تصرفات تقوم بها مؤسسات أو أفراد.

٢- ستقوم لجنة مناقشة الشكاوى ضد الصحافة بمطالبة المحرر الصحفي بتقديم السبب وراء استغلال الصالح العام في نشر مادة صحفية ما... وكيف أسهم النشر في خدمة الصالح العام.

٣- وفي الحالات التي تخص الأطفال يجب على المحررين توضيح وجود مصلحة عامة استثنائية تبيح التغاضي عن المصالح الأسمى للطفل.

***

قواعد ونظم التغطية الإعلامية خلال فترة الانتخابات - العراق- ديسمبر ٢٠٠٤م

تهدف قواعد ونظم التغطية الإعلامية هذه («قواعد تغطية الانتخابات») إلى تنظيم النشاطات الخاصة بوسائل الإعلام أثناء فترة الحملات الانتخابية، والتي ستتم الإبانة عنها فيما يلي، وهي تكمل اللائحة المؤقتة لقواعد ونظم البث الإعلامي التي وضعتها الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام والخاصة بوسائل البث الإعلامي فقط، والنافذة منذ ٢٧ تموز ٢٠٠٤، ويلزم أخذ هذه القواعد مترابطة مع التوجيهات الأخرى للهيئة والمحدد بعضها بشكل خاص في قواعد التغطية للانتخابات هذه.

إن الغرض من وضع قواعد تغطية الانتخابات هو التأكيد على حرية التعبير عن الرأي واحترامها كما هو موضح في المادتين ١٣ و٢٣ من قانون إدارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، والمادة ١٩ من الميثاق الدولي للحقوق المدنية والسياسية، والمادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وتدرك الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام أن حرية التعبير عن الرأي هي من مقتضيات الانتخابات الحرة النزيهة، كما تدرك أهمية مبدأ الاستقلالية في تدوين الأخبار وهو ما ستحترمه لدى تطبيق هذه القواعد.

إن قواعد تغطية الانتخابات هذه ليست دليلًا شاملًا على الممارسة النموذجية في مجال الانتخابات كما إنها لا تقول كل ما يمكن قوله حول المواضيع التي تشملها، وبالتالي يتعين على وسائل الإعلام أن تهدف إلى استلهام روح قواعد تغطية الانتخابات هذه، إلى جانب عملها ضمن نصها الكامل، وتخضع القواعد هذه للتفسير على ضوء الظروف المتغيرة في العراق، وقد يلزم الأمر استحداث متطلبات أو تعديلات جديدة من حين لآخر.

المادة ١

- «وسائل البث الإعلامي»:

تعني أية وسيلة إعلامية تعمل على نقل أو بث إشارات، أو نصوص أو صور أو مواد

مسموعة أو مرئية أو معلومات من نقطة واحدة إلى عدة نقاط عبر الأثير أو الألياف الضوئية، أو اللاسلكي أو غيرها من الوسائل الإلكترونية - مغناطيسية بهدف أن يستقبلها كل الجمهور أو قسم منه، دون أن تتضمن خدمات إعلامية أو اتصالات كما هي معرفة في قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٦٥، ولتجنب أي التباس تتضمن «وسائل البث الإعلامي» تلك التي يتم بثها عبر الأقمار الصناعية أيضًا.

- «فترة الحملة الانتخابية»:

تعني الفترة التي تسبق يوم الاقتراع كما تحددها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق.

- «الائتلاف»: يعني مجموعة من كيانات سياسية منضوية في قائمة مشتركة من المرشحين لخوض الانتخابات.

- «قواعد»: تعني القواعد هذه لتغطيات وسائل الإعلام أثناء فترة الانتخابات، كما قد يتم تعديلها من آن إلى آخر.

- «مفوضية الانتخابات»: تعني المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، والمؤسسة بموجب قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٩٢.

- «وسائل الإعلام»: تعني الكيانات التي تقدم الأخبار أو المعلومات أو المواد الترفيهية لعموم الجمهور أو مقابل اشتراك مدفوع عبر استخدام وسائل تتضمن (وليس حصرًا على) وسائط البث الإعلامي، أو المواد المطبوعة، أو الأفلام، أو شرائط التسجيل المرئي (الفيديو)، أو شرائط التسجيل المسموع، أو التسجيلات، أو خدمات الاتصالات.

- «هيئة الاتصالات والإعلام»: تعني الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام المؤسسة بموجب قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٦٥.

- «الكيـان السـياسي»: يعنـي المنظـمات، حسـب تعريفهـا في قـرار سـلطة الائتـلاف المؤقتـة رقـم ٩٧، القسـم ٢، ونظـام مفوضيـة الانتخابـات رقـم ٢٠٠٤/٣.

- «القانـون الإداري الانتقـالي»: يعنـي قانـون إدارة الدولـة العراقيـة للمرحلـة الانتقاليـة، الصـادر في ٨ آذار ٢٠٠٤.

المادة ٢

تطبيق قواعد تغطية الانتخابات:

تنطبـق قواعـد تغطيـة الانتخابـات هـذه عـلى جميـع وسـائل الإعـلام التـي يتـم بثهـا أو نشرهـا أو تلقيهـا أو هـي متوفـرة في العـراق، وهـي ملزمـة لهـا، فيـما يتعلـق بأيـة انتخابـات عـلى مسـتوى المحافظـة أو الإقليـم أو الدولـة خـلال جميـع فـترات الحمـلات الانتخابيـة أو أي منهـا، ولتجنـب أي التبـاس فـإن الإشـارة في هـذه القواعـد إلى الكيانـات أو الائتلافـات السياسـية، أو مرشـحيها في أيـة انتخابـات معينـة تتضمـن فقـط مـن هـو مسـجل منهـا رسـميًا لـدى المفوضيـة العليـا المسـتقلة للانتخابـات في العـراق بهـدف التنافـس في هـذه الانتخابـات.

المادة ٣

التغطية العادلة:

لـدى تغطيـة نشـاطات أي كيـان أو تحالـف سـياسي أو أي مـن مرشـحيها لا يجـوز أن تتقصـد أيـة وسـيلة مـن وسـائل الإعـلام تحريـف المعلومـات أو حجبهـا أو تزييفهـا أو إسـاءة عرضهـا أو حذفهـا، كـما ويجـب عـلى جميـع وسـائل الإعـلام توخـي الدقـة والموضوعيـة في تغطياتهـا.

لـدى عـرض تغطيـة إخباريـة وبرامـج سياسـية (بمـا في ذلـك برامـج المناقشـات السياسـية واللقـاءات والحـوارات التـي تتعلـق بـأي كيـان أو تحالـف سـياسي أو أي مـن مرشـحيها، أو بمشـاركة منهـم)، يجـب عـلى جميـع وسـائل البـث الإعلامـي ووسـائل الإعـلام التابعـة لشـبكة الإعـلام العراقـي أن تعمـل عـلى:

٣-١ ضمان أن المعلومات التي تنشرها متوازنة وغير منحازة.

٣-٢ التعامـل مـع جميـع الكيانـات والتحالفـات السياسـية ومرشـحيهم بإنصـاف ودون تحيـز مـع عـدم إعطـاء أفضليـة أو التحيـز تجـاه أي منهـم، أو التحامـل عـلى أي منهـم.

٣-٣ بـذل كل جهـد لعـرض وتمثيـل آراء ومواقـف جميـع الأطـراف المعنيـة مـع الإشـارة حينـما يرفـض أحـد الأطـراف الخـلاف جعـل رأيـه متاحًـا لوسـائل الإعـلام.

لا يجـوز لأي مـن وسـائل البـث الإعلامـي التابعـة لشـبكة الإعـلام العراقـي إشـهار تأييدهـا لأي كيـان أو تحالـف سـياسي أو أي مـن مرشـحيها، ويجـب التفريـق الجـلي في جميـع وسـائل الإعـلام هـذه مـا بـين الآراء والحقائـق لتجنـب الخلـط مـا بينهـا وبـين التغطيـة الإخباريـة أو البرامـج السياسـية، إن الغـرض مـن هـذه المـادة ليـس انتهـاك مبـدأ الاسـتقلالية في تحريـر الأخبـار، وأن إرشـادات الهيئـة الوطنيـة للاتصـالات والإعـلام حـول الدقـة والتـوازن تعـد بمثابـة الدليـل حـول كيفيـة تطبيـق الهيئـة لهـذه المـادة عـلى جميـع وسـائل الإعـلام خـلال فـترة الحمـلات الانتخابيـة.

المادة ٤

الإعلانات السياسية:

يُسـمح بالإعلانـات السياسـية المدفوعـة الأجـر في وسـائل البـث الإعلامـي ماعـدا تلـك التابعـة إلى شـبكة الإعـلام العراقـي، ويجـب أن تتوخـى الإعلانـات السياسـية المدفوعـة الأجـر اعتـماد شروط الإعلانـات السياسـية المسـموح بهـا في وسـائل الإعـلام طالمـا نـشرت مثـل تلـك الإعلانـات بموجـب شروط تطبـق بالإنصـاف والتسـاوي عـلى جميـع الكيانـات والتحالفـات السياسـية ومرشـحيها وبأسـعار تسـاوي أدنى سـعر تدفعـه الإعلانـات التجاريـة أو أقـل منهـا، كـما يجـب التوضيـح أن هـذه الإعلانـات هـي إعلانـات سياسـية وتحديـد الجهـات الراعيـة لنشرهـا.

المادة ٥

تثقيف الناخبين:

التزامات خاصة بشبكة الإعلام العراقي للعمل على تثقيف المواطنين.

تقع على شبكة الإعلام العراقي باعتبارها هيئة بث عامة ممولة من الدولة وملزمة التزامًا قانونيًا بتثقيف وإعلام المواطنين العراقيين الالتزامات الخاصة التالية بشأن:

٥-١ على شبكة الإعلام العراقية استخدام نشرات الأخبار وبرامجها السياسية التلفزيونية والإذاعية لتثقيف الناخبين. كما يجب عليها إعلام المستمعين والمشاهدين حول سياسات المرشحين للانتخابات، إلى جانب جميع المواضيع السياسية ذات العلاقة التي تتطلب دراسة جادة ونقاشات موضوعية، وعلى شبكة الإعلام العراقية أيضًا أن توفر للمواطنين المعلومات العملية للإدلاء بأصواتهم وأن تتخذ إجراءات معقولة لضمان وصول هذه المعلومات نفسها إلى مختلف الأقليات في المجتمع.

٥-٢ على شبكة الإعلام العراقية توفير وقت مجاني للبث التلفزيوني يخصص إلى جانب إتاحة الاستوديوهات والموارد الفنية المتوفرة لديها، لغرض تقديم المرشحين للانتخابات على جمهور المشاهدين، كما يجب اعتماد الإنصاف في تطبيق أي قواعد أو شروط أو إعانات أو مساعدات تتعلق بمثل هذه البرامج السياسية وهذا يشمل جميع عروض المعلومات.

٥-٣ على شبكة الإعلام العراقية توفير وقت مجاني للبث التلفزيوني يخصص إلى جانب إتاحة الاستوديوهات والموارد الفنية المتوفرة لديها للمرشحين للانتخابات ليظهروا على الأقل مرة واحدة في حوار سياسي أو برنامج مناقشات سياسية. ويجب تطبيق أي قواعد أو شروط أو إعانات أو مساعدات تتعلق بأي من مثل هذه البرامج بالإنصاف على جميع المشاركين، ويجب على شبكة الإعلام العراقي أيضًا توفير

تسجيل مرئي أو مسموع لهذه البرامج مجانًا لوسائل البث الإعلامي غير تلك التابعة لشبكة الإعلام العراقي لكي تعمل على بثها، شريطة أن يتم بث هذه التسجيلات بالكامل ودون إجراء أي تعديل عليها.

٥-٤ على شبكة الإعلام العراقي أن تبث مجانًا المعلومات والبرامج التي تصدرها وتوفرها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، كما يتعين على شبكة الإعلام العراقي بناء على طلب مفوضية الانتخابات توفير تسجيلات مرئية ومسموعة لهذه البرامج مجانًا لوسائل البث الإعلامي غير تلك التابعة لشبكة الإعلام العراقي لكي تعمل على بثها، شريطة أن يتم بث هذه التسجيلات بالكامل ودون إجراء أي تعديلات عليها.

المادة ٦

المقتطفات السياسية:

على جميع وسائل الإعلام الالتزام بشأن المعلومات التي توفرها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، وينبغي أن تعلن عن أي معلومات حول الإجراءات والتنظيمات والسياسات المتعلقة بالانتخابات وأن تعكس المعلومات الرسمية الصادرة عن المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق حيثما توفرت مثل هذه المعلومات للعلن.

المادة ٧

استطلاعات الرأي:

إذا ما قامت أي من جهات البث الإعلامي بنشر استطلاعات للرأي أو توقعات انتخابية، يتعين عليها العمل على نشر تلك النتائج والتصورات بشكل منصف، وأن تقوم بنشر جميع المعلومات المتوفرة التي تساعد الجمهور على فهم أهمية تلك الاستطلاعات والتوقعات، وعلى جهات البث الإعلامي التي تنشر نتائج استطلاع للرأي أن تحدد الهيئة التي أجرت الاستطلاع، والجهة أو الحزب الذي طلب إجراء استطلاع للرأي ودفع

تكلفتـه، والطريقـة التـي اتبعـت لإجـراء الاسـتطلاع، وحجـم العينـة مـن المواطنـين المشـمولين بالاسـتطلاع، وهامـش الخطـأ، وتواريـخ إجـراء الاسـتطلاع ميدانيًـا. إضافـة إلى ذلـك يتعـين عـلى جهـات البـث الإعلامـي الإقـرار بـأن اسـتطلاع الـرأي يعكـس حالـة الـرأي العـام فقـط في وقـت إجـراء ذلـك الاسـتطلاع.

كـما لا يجـوز لأيـة جهـة بـث إعلامـي أن تنـشر اسـتطلاعات للـرأي تتعلـق بالانتخابـات حـول أي مـن الكيانـات أو التحالفـات السياسـية أو مرشـحيهم خـلال فـترة الاثنـين والسـبعين (٧٢) سـاعة قبـل فتـح مراكـز الاقـتراع في اليـوم المخصـص لإدلاء الناخبـين بأصواتهـم في تلـك الانتخابـات وحتـى إغـلاق آخـر مركـز مـن مراكـز التصويـت الخـاص بها.

المادة ٨

فترة الصمت الإعلامي:

لـن تكـون هنـاك تغطيـة انتخابيـة لأي من الكيانـات أو التحالفـات السياسـية أو مرشـحيها المتنافسـين في تلـك الانتخابـات خـلال فـترة تبـدأ بمـدة ٤٨ سـاعة قبـل فتـح مراكـز الاقـتراع في اليـوم المخصـص لإدلاء المواطنـين بأصواتهـم وتنتهـي بإغـلاق آخـر مركـز مـن مراكـز التصويـت فيهـا، إلا أن هـذه المـادة لا تمنـع وسـائل الإعـلام مـن نـشر معلومـات تثقيفيـة أو سياسـية عامـة أثنـاء هـذه الفـترة شرط أن لا تتضمـن أي نـوع مـن الترويـج الانتخـابي لأي مـن الكيانـات والتحالفـات المتنافسـة في هـذه الانتخابـات أو مرشـحيها.

المادة ٩

التغطية المنصفة:

عـلى جميـع وسـائل البـث الإعلامـي أن توفـر للكيانـات والتحالفـات السياسـية أو أي مـن مرشـحيها فرصًـا منصفـة وعروضًـا منصفـة وتغطيـات منصفـة فيمـل يتعلـق بالأحـداث والنشـاطات الانتخابيـة التـي يشـاركون فيهـا والتـي تسـتحق التغطيـة الإخباريـة.

أن تطبيـق هـذه المـادة لا يشـمل الإعلانـات السياسـية التـي تبثهـا وسـائل الإعـلام الأخـرى غـير التابعـة لشـبكة الإعـلام العراقيـة.

وأن توجيهـات الهيئـة الوطنيـة للاتصـالات والإعـلام حـول التغطيـة المنصفـة تقـدم إرشـادات وافيـة حـول كيفيـة تطبيقهـا لهـذه المـادة.

المادة ١٠

التحريض على العنف والاضطرابات العامة:

لا يجـوز لوسـائل الإعـلام نـشر أي مـواد يتضمـن محتواهـا أو نبرتهـا خطـرًا جليًـا ومبـاشرًا مخـلًا بالحمـلات أو العمليـة الانتخابيـة, وكذلـك:-

١. تحمـل خطـرًا جليًـا ومبـاشرًا في التحريـض عـلى ارتـكاب أعـمال عنـف وشـيكة أو عـلى إثـارة كراهيـة أو النعـرات العرقيـة أو الدينيـة أو الاضطرابـات المدنيـة أو أعمال الشـغب بـين المواطنين العراقيـين أو تأييـد الإرهـاب أو الجريمـة أو الأعـمال التخريبيـة (يجـب التحيـط بشـكل خـاص حـين ينقـل برنامـج مـا وجهـات نظـر أويبـث رسـائل لأفـراد أو منظـمات تعتمـد الإرهـاب أو تؤيـده أو تلجـأ لاسـتخدام العنـف أو غـيره مـن النشـاطات الإجراميـة في العـراق).

٢. تحمـل خطـرًا جليًـا ومبـاشرًا يسـبب بإلحـاق الـضرر العـام والمقصـود بـه المـوت أو الإصابـة أو تدمـير الممتلـكات أو غـير ذلـك مـن أعـمال العنـف.

توجيهـات الهيئـة الوطنيـة للاتصـالات والإعـلام لوسـائل الإعـلام بشـأن بـث دعـوات وتصريحـات وعـرض التحريـض وأحـداث مثـيرة للأخطـار تتضمـن إرشـادات وافيـة حـول كيفيـة تطبيقهـا لهـذه المـادة عـلى جميـع وسـائل الإعـلام خـلال فـترة الحمـلات الانتخابيـة.

المادة ١١

حق الرد:

يجوز لأي كيان أو تحالف سياسي أو أي من مرشحيه قادر على إثبات تأثره بشكل كبير وجائر بسبب معلومات غير دقيقة تم توزيعها من قبل أي من وسائل الإعلام أثناء فترة الحملات الانتخابية أن يتقدم بالتماس للهيئة للمطالبة بحقه بالرد, شريطة أن يتم ذلك خلال فترة الحملات الانتخابية، وإذا ما وجدت الهيئة بأن هذا الحق مبرر فقد تأمر الجهة الإعلامية التي بثت تلك المادة أن تتيح لذلك الشخص حقًا معقولًا بالرد, والذي يتعين على الجهة الإعلامية منحه في أقرب فرصة ممكنة وخلال فترة الحملات الانتخابية، ولإتاحة حق الرد بموجب ذلك ستطبق الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام المبادئ التالية:

١. سيتاح حق الرد فقط للرد على حقائق غير صحيحة, وليس للرد على تعليقات أو الآراء التي لا يتفق معها المشاهد أو المستمع.

٢. لن يتاح حق الرد في حال اقتناع الهيئة أن تصحيح أو نفي المعلومات كان كافيًا.

٣. يجب أن يعطى الرد أهمية متناسبة مع أهمية الخبر الأساسي وليس بالضرورة مطابقة لها.

٤. لن يطلب إلى وسائل الإعلام نشر رد ما إلا إذا كان متناسبًا من حيث طوله مع الخبر الأساسي.

٥. على وسائل الإعلام الامتناع عن بث أي رد غير قانوني أو متسم بالإهانة.

٦. لا يجوز استغلال حق الرد لفتح مواضيع جديدة أو للتعليق على حقائق صحيحة وواقعية.

المادة ١٢

تحديد مسئولية وسائل الإعلام:

لا تتحمل وسائل الإعلام المسئولية في حال بث مواد لم تتح فرصة ملائمة لمنع بثها شريطة ثبوت عدم توفر المجال والوقت الكاف لتدارك منع بثها.

المادة ١٣

خرق هذه القواعد:

كما ورد في القانون الذي تأسست بموجبه الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام، فإنه في حال خرق هذه القواعد يجوز أن تطبق الهيئة أيا من العقوبات التالية ضد جهة البث الإعلامي: إصدار تحذير لها؛ أو طلب بث اعتذار؛ أو إعطاء حق الرد (مثلما ورد أعلاه في المادة ١١)؛ أو فرض غرامات مالية أو فرض حجز على حساباتها المصرفية في حال لم يتم دفع الغرامات في الوقت المحدد؛ ويمكن في حال المخالفات الكبيرة أو المتكررة تعليق تراخيص جهة البث الإعلامي أو مصادرة معداتها أو تعليق عملياتها أو إيقاف عملياتها أو إلغاء أو سحب تراخيصها، وتطبق عقوبة تعليق أو إلغاء تراخيص البث فقط ردًا على ارتكاب مخالفات كبيرة لهذه القواعد, أو حيثما فشلت عقوبات أخرى للتدخل في منع الخرق المتكرر لها، وتطبق عقوبات مصادرة المعدات وإيقاف العمليات فقط على جهات البث التي تبث دون الحصول على ترخيص أو حيثما تكرر خرق هذه القواعد بعد قيام الهيئة بتعليق أو إلغاء ترخيص جهة البث.

ويجوز للهيئة أن تطبق العقوبات التالية ضد وسائل الإعلام الأخرى بما فيها الصحافة: إصدار تحذير، أو طلب نشر اعتذار، أو فرض غرامات مالية وفرض حجز على الحسابات المصرفية المعنية إذا لم يتم دفع الغرامات في الوقت المحدد.

إن أي عقوبـات تطبـق وفقًـا لهـذه القواعـد سـتكون متناسـبة مـع المخالفـة التـي تـم ارتكابهـا، وتطبـق مثـل هـذه العقوبـات بعـد ارتـكاب مخالفـة ولـن تمـارس الهيئـة الوطنيـة العراقيـة للاتصـالات والإعـلام رقابـة مسـبقة ولـدى مقاضـاة حـالات خـرق هـذه القواعـد تتبـع الهيئـة الإجـراءات وتحـترم الضمانـات المترتبـة عليهـا وقـد تحيـل الهيئـة أيـة مخالفـة لهـذه القواعـد إلى مفوضيـة الانتخابـات لتتعامـل معهـا وفقًـا لنظمهـا و إجراءاتهـا.

***

استمارة

استطلاع رأي الإعلاميين

حول مدونة سلوك للقائمين بالاتصال في تغطية الانتخابات

١- في رأيك ممارسة وسائل الإعلام أثناء الانتخابات تقوم بالآتي: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- تقديم الأخبار والمعلومات.

٢- التعليم والتثقيف.

٣- مراقبة أداء المرشحين.

٤- توعية المجتمع بالقضايا المُلحّة.

٥- التشويق والإثارة الإعلامية.

٦- تحقيق الربح المادي.

٧- أخرى تُذكر.

٢- هل توجد سياسة تحريرية مكتوبة/ مُعلنة للوسيلة الإعلامية التي تعمل بها؟

١- نعم.

٢- لا. (انتقل إلى سؤال رقم ٤)

٣- هل تم إخبارك شخصيًا بقواعد السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي تعمل بها؟

١- نعم.

٢- لا.

٤- هل سبق لك المشاركة في تغطية أي انتخابات سابقة؟

١- نعم.

٢- لا. (انتقل إلى سؤال رقم ١٣)

٥- ما مصادر المعلومات التي تعتمد عليها عادة في إعداد المادة الإعلامية المتعلقة بالانتخابات؟

١. (يفضل ترتيب هذه المصادر)

٢. المرشحون أنفسهم.

٣. المسئولون عن الحملة الانتخابية للمرشح.

٤. الخبراء والمتخصصون.

٥. التقارير الرسمية الصادرة عن اللجنة الانتخابية.

٦. الأرشيف والمكتبات.

٧. المعايشة والاطلاع.

٨. شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب ....)

٩. مواقع وسائل الإعلام على شبكة الإنترنت.

١٠. المواقع الإخبارية على الإنترنت.

١١. وكالات الأنباء.

١٢. محطات وقنوات الراديو والتليفزيون.

١٣. الجرائد والمجلات.

١٤. مؤتمرات المرشحين.

١٥. الأفراد العاديون.

١٦. تقارير المراسلين والمندوبين.

١٧. أخرى تذكر.

٦- السياسة التحريرية في الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها أثناء الانتخابات:

١- ثابتة.

٢- متغيرة.

٣- لا أعرف.

٧- هل يتدخل رئيسك المباشر في تغطيتك الإعلامية للانتخابات؟

١- دائمًا.

٢- أحيانًا.

٣- أبدًا. (انتقل إلى سؤال رقم ١٠)

٨- أشكال التدخل، تتمثل في: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- حذف أجزاء معينة من الموضوع بعد إعداده.

٢- حذف موضوعات معينة بعد الانتهاء من إعدادها.

٣- إبراز موضوعات معينة.

٤- إضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات.

٥- التركيز على جانب معين من الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

٦- فرض مصادر معينة على الموضوعات.

٧- الاهتمام بالإثارة الإعلامية.

٨- أخرى تُذكر.

٩- ما هي في رأيك أسباب التدخل في عملك؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- مراعاة السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية.

٢- إرضاء السلطة والأجهزة الرقابية.

٣- إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية.

٤- إرضاء أطرف معينة داخل المجتمع (تيارات أو أحزاب سياسية معينة).

٥- بهدف تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار.

٦- أخرى تُذكر.

١٠- ما هي أبرز المشكلات التي واجهتك عند تغطيتك الإعلامية للانتخابات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- نقص المعلومات وتقديم معلومات غير كافية في بعض الأحيان.

٢- عدم تعاون بعض المصادر.

٣- عدم وضوح بعض المصطلحات.

٤- تدخل رئيس التحرير أو رئيس القسم في عملي.

٦- أخرى تذكر.

١١- كيف تتصرف عند مواجهة المشكلات الأخلاقية والقانونية أثناء تغطية الانتخابات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل مع مراعاة الترتيب)

١. وفقًا لإيديولوجيتي.

٢. ألتزم بسياسة الوسيلة.

٣. وفقًا لمبادئي الخاصة.

٤. أفكر في النتائج أولًا.

٥. حسب القيم الشخصية.

٦. أتصرف بالفطرة.

٧. ألتزم بالقانون.

٨. ألتزم بميثاق الشرف الصحفي.

٩. أخرى تذكر.

١٢- في حالة ارتكاب خطأ مهني أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات، تقوم بأحد الأمور التالية:

١- أقوم بنشر اعتذار عن الخطأ مع تصحيح الخطأ.

٢- أقوم بنشر اعتذار عن الخطأ بدون تصحيح الخطأ.

٣- أقوم بنشر التصحيح دون الاعتذار.

٤- لا أهتم سواء بالاعتذار أو نشر التصحيح.

٥- أخرى تذكر.

١٣- هل أنت راضٍ عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة؟

١- راضٍ جدًا.

٢- راضٍ إلى حدٍ كبير.

٣- راضٍ إلى حدٍ متوسط.

٤- راضٍ إلى حدٍ قليل.

٥- غير راضٍ على الإطلاق. (انتقل إلى سؤال رقم ١٥)

١٤- ما أسباب رضاك؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- الالتزام بفترة الصمت الانتخابي.

٢- عرض جميع وجهات النظر.

٣- الاهتمام بالعرض المتوازن لبرامج المرشحين.

٤- مراعاة قيم وتقاليد المجتمع في التغطية الإخبارية للانتخابات.

٥- التوازن في المعالجة الإعلامية للانتخابات.

٦- أخرى تذكر.

١٥- ما أسباب عدم رضاك؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- سطحية المعالجة الإعلامية.

٢- لا تراعي قيم وتقاليد المجتمع.

٣- لا تراعي الصالح العام للمجتمع.

٤- تهتم بتقديم المواد المثيرة.

٥- التركيز على جانب وإغفال جوانب أخرى.

٦- أخرى تذكر.

١٦- هل تتوقع اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة؟

١- ستختلف بشكل كبير.

٢- ستختلف إلى حد ما.

٤- لن تختلف على الإطلاق. (انتقل إلى سؤال رقم ١٨)

١٧- حدد أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة:

١- --------------------------------------

٢- --------------------------------------

٣- --------------------------------------

١٨- حدد أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة:

١- --------------------------------------

٢- --------------------------------------

٣- --------------------------------------

١٩- في رأيك، ما هي أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١. عدم فهم البعض لأهم محددات وملامح البيئة القانونية والسياسية الخاصة بالانتخابات.

٢. عدم احترام الصمت الانتخابي والتحايل عليه بطرق شتى.

٣. استخدام المرأة كوسيلة لكسب الدعم أو مهاجمة تيارات سياسية.

٤. استحضار البعد الطائفي في العملية الانتخابية.

٥. محـاولات التأثـير عـلى اتجاهـات الـرأي العـام مـن خـلال بحـوث واسـتطلاعات الـرأي العـام، والتنبـؤ والقفـز عـلى النتائـج.

٦. تركيز التغطية الإعلامية على الإثارة أكثر من تركيزها على شرح البرامج الانتخابية للأحزاب.

٧. أخرى تُذكر.

٢٠- في رأيـك، مـا هـي أبـرز الضغـوط التـي يتعـرض لهـا الإعلاميـون أثنـاء تغطيـة الانتخابـات؟ (يمكـن اختيـار أكـثر مـن بديـل)

١. هيمنـة رأس المـال وتدخـل التمويـل في توجيـه وسـائل الإعـلام لدعـم أو انتقـاد تيـارات سياسـية معينـة.

٢. التدخلات الحكومية لتأييد مرشحين موالين للحكم.

٣. تعارض وتضارب المصالح بين المرشحين أو القوى السياسية.

٤. ضغوط الرأي العام وتوجهاته.

٥. التداخل بين العمل السياسي والعمل المهني.

٦. الرشاوى الانتخابية.

٧. المنع من الوصول إلى المعلومات.

٨. تأثير الإعلان.

٩. أخرى تُذكر.

٢١- هل تلتزم الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي؟

١- نعم إلى حدٍ كبير.

٢- نعم إلى حدٍ متوسط.

٣- نعم إلى حدٍ قليل.

٤- لا تلتزم على الإطلاق.

٢٢- ما هي أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي؟

١- عدم الوعي ببنود الميثاق.

٢- الرغبة في تحقيق الشهرة والانتشار والربح المادي.

٣- ضعف الثقافة القانونية.

٤- ضعف المهنية.

٥- أخرى تُذكر.

٢٣- هـل توافـق عـلى وجـود مدونـة أخلاقيـة ومهنيـة لضبـط الأداء الإعلامـي للإعلاميـين خـلال تغطيـة الانتخابـات؟

١- نعم.

٢- لا. (انتقل إلى سؤال رقم ٢٥)

٢٤- حدد أسباب موافقتك على وجود هذه المدونة:

١- --

٢- --

٣- --

٢٥- حدد أسباب عدم موافقتك على وجود هذه المدونة:

١- --------------------------------------

٢- --------------------------------------

٣- --------------------------------------

٢٦- هل تعتقد بأنه يمكن اتفاق وسائل الإعلام على وجود مثل هذه المدونة؟

١- نعم.

٢- لا.

٢٧- ثمة بعض المعايير المقترحة لضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر، أرجو أن تحدد موافقتك عليها من عدمه؟

المقترح	موافق	موافق إلى حدٍ ما	معارض
١- تجنب التعميم وتحري الدقة والصدق في المعلومات المنشورة.			
٢-عدم اجتزاء التصريحات أوتعديلها أوعزلها عن السياق الذي قيلت فيه.			
٣- الاهتمام بعرض وتقديم جميع وجهات النظر.			
٤- عدم الخلط بين الخبر والموقف السياسي.			
٥- احترام خصوصية المرشحين للانتخابات.			
٦- تجنب عناوين الإثارة الإعلامية التي من شأنها إثارة القلق والتوتر بين المواطنين.			
٧- الالتزام بالصدق والموضوعية في تناول الموضوعات ذات الطبيعة الجدالية والخلافية.			
٨- اختيار مصادر مناسبة للموضوعات التي يتم تناولها.			
٩- تجنب إضفاء صفة أومهنة مغايرة للواقع على أحد المصادر، التزامًا ١٠- بذكر المعلومات الصحيحة ومنعًا لتضليل القارئ.			
١١- عدم نشر الأخبار مجهولة المصدر.			
١٢- عدم التسرع في نشر نتائج الانتخابات.			
١٣- مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث التوازن في نشر صور المرشحين وإبراز أسمائهم			
١٤- مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث مراعاة أخلاقيات نشر صور ضحايا الانتهاكات والعنف أثناء العملية الانتخابية.			
١٥- مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطية الانتخابات.			

٢٨- ثمة بعض الآليات المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر، أرجو أن تحدد موافقتك عليها من عدمه؟

المقترح	موافق	موافق إلى حدٍ ما	معارض
١- إصدار مدونة مهنية وأخلاقية للعاملين في مجال تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات.			
٢- تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي.			
٣- تفعيل التقارير الدورية من المجلس الأعلى للصحافة أوما يوازيه بهذا الشأن.			
٤- تطوير البنود الموجودة فعلًا في ميثاق الشرف الصحفي.			
٥- الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة.			
٦- إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين.			
٧- استحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات.			
٨- تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين على كيفية تغطية الانتخابات.			
٩- تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطيته الإعلامية للانتخابات.			

٢٩- اذكـر مقترحاتـك وتصوراتـك الخاصـة لأهـم البنـود التـي تـرى ضرورة وضعهـا في مدونـة ضبـط الأداء المهنـي للصحفيـين العاملـين في تغطيـة الموضوعـات والقضايـا المتعلقـة بالانتخابـات؟

١- ---------------------------------------

٢- ---------------------------------------

٣- ---------------------------------------

بيانات شخصية:

١- الاسم (اختياري):

٢- الجهة التي أعمل بها:

....

٣٠- الجنس:

١- ذكر.

٢- أنثى.

٣١- العمر:

١- من٢١ إلى ٣٠ سنة.

٢- من ٣١ إلى ٤٠ سنة.

٣- أكثر من ٤٠ سنة.

٣٢- سنوات الخبرة:

١- من سنة إلى ٥ سنوات.

٢- من ٦ سنوات إلى ١٠ سنوات.

٣- أكثر من ١٠ سنوات.

٣٣- هل تنتمي إلى أي أحزاب سياسية؟

١- نعم.   (انتقل إلى سؤال رقم ٣٧)

٢- لا.

٣- ما الحزب الذى تنتمي إليه؟ ....

٣٤- كيف تصنف نفسك؟

١. ليبرالي. ٢. رأسمالي ٣. إسلامي. ٤. يساري.

٥. اشتراكي. ٦. قومي ٧. لا أعرف. ٨. أخرى تذكر.

شكرًا جزيلًا لحسن تعاونكم معنا.

***

المصادر والمراجع

رسائل علمية وأبحاث باللغة العربية (مُرتبة ترتيبًا زمنيًا):

- محمد حسام الدين محمود إسماعيل، المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٦م.

- هويدا مصطفى، استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١م.

- سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠١م.

- جمال عبد العظيم، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي: دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠ في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١م.

- أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي التاسع: أخلاقيات الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٣م.

- عادل عبد الغفار، أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج٣، مايو ٢٠٠٣.

- أميرة محمد إبراهيم، شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج٣، مايو ٢٠٠٣م.

- أميرة العباسي، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج٣، مايو ٢٠٠٣م.

- صابر سليمان عسران، الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة رؤية مستقبلية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، ٢٠٠٥م.

- أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، ج٢، ٢٠٠٨م.

- عزة مصطفى الكحكي، حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسئولية، ج٢، ٢٠٠٨م.

- رباب عبد الرحمن هاشم، أبعاد المسئولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التليفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والأربعون، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٢م.

مؤلفات باللغة العربية (مُرتبة ترتيبًا أبجديًا):

- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص التقرير المرحلي الأول للائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات من ١٢ إلى ٢٥ أكتوبر ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م.

- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، التقرير المرحلي الثاني للائتلاف المستقل

لمراقبـة الانتخابـات: تقييـم الأداء الإعلامـي لوسـائل الإعـلام أثنـاء مرحلـة الدعايـة مـن الانتخابـات البرلمانيـة ٢٠١١، القاهـرة: مركـز القاهـرة لدراسـات حقـوق الإنسـان، ٢٠١١م.

- الائتـلاف المسـتقل لمراقبـة الانتخابـات، تقييـم الأداء الإعلامـي لوسـائل الإعـلام خـلال المرحلـة الأولى مـن الاقـتراع لانتخابـات ٢٠١١، القاهـرة: مركـز القاهـرة لدراسـات حقـوق الإنسـان، ٢٠١١م.

- الائتـلاف المسـتقل لمراقبـة الانتخابـات، تقريـر المرحلـة الثانيـة لانتخابـات مجلـس الشـعب ٢٠١١، القاهـرة: مركـز القاهـرة لدراسـات حقـوق الإنسـان، ٢٠١١م.

- الائتـلاف المسـتقل لمراقبـة الانتخابـات، تقريـر المرحلـة الثالثـة لانتخابـات مجلـس الشـعب ٢٠١١، القاهـرة: مركـز القاهـرة لدراسـات حقـوق الإنسـان، ٢٠١٢م.

- الائتـلاف المسـتقل لمراقبـة الانتخابـات، تقيـم الأداء الإعلامـي للتغطيـة الانتخابيـة ٢٠١١-٢٠١٢، القاهـرة: مركـز القاهـرة لدراسـات حقـوق الإنسـان، ٢٠١٢م.

- الائتـلاف المسـتقل لمراقبـة الانتخابـات، ملخـص تقريـر مرحلـة الدعايـة للانتخابـات الرئاسـية ٢٠١٢: ٣٠ أبريـل- ٢٠ مايـو ٢٠١٢، تقريـر المراقبـة الإعلاميـة، القاهـرة: مركـز القاهـرة لدراسـات حقـوق الإنسـان، ٢٠١٢م.

- جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.

- حسـن عـماد مـكاوي وليـلى حسـين السـيد، الاتصـال ونظرياتـه المعـاصرة، الطبعـة السـابعة، القاهـرة: الـدار المصريـة اللبنانيـة، ٢٠٠٨م.

- حسـني محمـد نـصر، قوانـين وأخلاقيـات العمـل الإعلامـي، الإمـارات العربيـة المتحـدة- العـين، دار الكتـاب الجامعـي، ٢٠١٠م.

- عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، انتخابـات مجلـس الشـورى ٢٠١٠، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام، ٢٠١٠م.

- عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، نحـو انتخابـات حـرة نزيهـة، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية، ٢٠١٢م.

- عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، انتخابـات مجلـس الشـعب ٢٠١١/ ٢٠١٢، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام، ٢٠١٢م.

- عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، انتخابـات مجلـس الشـورى ٢٠١٢، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية بالأهـرام، ٢٠١٢م.

- عمـرو هاشـم ربيـع (تحريـر)، مجموعـة باحثـين، انتخابـات الرئاسـة ٢٠١٢، القاهـرة: مركـز الدراسـات السياسـية والاسـتراتيجية، ٢٠١٣م.

- محمـد حسـام الديـن، المسـئولية الاجتماعيـة للصحافـة، القاهـرة: الـدار المصريـة اللبنانيـة، ٢٠٠٣م.

- محمـد عبـد العاطـي وآخـرون، آفـاق الديمقراطيـة: قـراءة إعلاميـة للانتخابـات البرلمانيـة، القاهـرة: رؤيـة للتنميـة والدراسـات الإعلاميـة، ٢٠١٢م.

- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.

- هشـام عطيـة عبـد المقصـود، صحـف وصناديـق: توجيـه سـلوك التصويـت وتشـكيل معـارف الجمهـور، القاهـرة: العـربي للنـشر والتوزيـع، ٢٠١٤م

- هويـدا مصطفـى وآخـرون، الإعلاميـون والانتخابـات: مدونـة مهنيـة وأخلاقيـة، الطبعـة الثانيـة، القاهـرة: مؤسسـة الأهـرام بالتعـاون مـع مؤسسـة فريدريـش ناومـان مـن أجـل الحريـة، ٢٠١١م.

أبحاث ومؤلفات باللغة الإنجليزية (مُرتبة ترتيبًا زمنيًا):

- Pritchard D. Morgan. M.P.: Impact of Ethics Codes on Judgments By Journalism: A Natural Experiment. Journalism Quarterly, Vol. 66, No. 4, 1989.

- PualVoakes: Rights, Wrongs and Responsibilities: Law and Ethics in the Newsroom, www.Columbia Journalism Review.org/2003.

- Jennifer A. Mcginley, Towards a democratization of media: Considering weblogs as alternative and citizen' media, Faculty of the Graduate School, of the University of Colorado, Department of Journalism and Mass Communication, 2005.

- Stephen Edwin Coleman: Digital Photo Manipulation: A Descriptive Analysis of codes of ethics and ethical decisions of photo editors, The University of Southern Mississippi, 2007.

- Lisa A. Blaydes, Competition without democracy: Election and distributive politics in Mubarak's Egypt, Los Angles, University of California, 2008.

- Shild Hjulstad Linderud, Effects of Codes of Ethics in Media: A Comparative Analysis of Hawaii Journalists and Norwegian Journalists, College of Communication at Hawaii Pacific University, 2009.

- Ali Sayed Mohamed, Between the Hammer and the Anvil: Blogs, Bloggers, and the Public Sphere in Egypt, Department of Art History and Communications, McGill University, Montreal, 2010.

- David Faris, Revolution without revolutionaries? Social media networks and regime response in Egypt, University of Pennsylvania, 2010.

- Angela Hope Nilles, Jon Stewart and the Daily Show: Humor, Ethics and Conversation in the public square, University of Colorado at Boulder, 2011.

- Patrick Lee Plaisance, Elizabeth A. Skewes and Thomas Hanitzsch: Ethical Orientations of Journalists Around the Globe: Implications From a Cross-National Survey, Communication Research 2012 39: 641 originally published online 26 June 2012, http://crx.sagepub.com/content/39/5/641

- Katharina Owens Hubler, Election management bodies in transitioning democracies: Tunisia and Egypt, University of Colorado Denver, 2012.

- Rauf Arif, Social movements, youtube and political activism in authoritarian countries: A comparatives analysis of political change in Pakistan, Tunisia & Egypt, The University of Iowa, 2014.

المؤلفان

رامي عطا صديق

- كاتب وباحث، عضو اتحاد كتاب مصر.
- مدرس الصحافة بالمعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق.
- عضو مجلس تحرير مجلة (الدوار) التي تصدرها كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- مُدرب في مجالات: الصحافة والإعلام والمواطنة.
- بكالوريوس إعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥- ٢٠٠٦م.
- دكتوراه في الإعلام، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١م.
- له مقالات منشورة في عدد من الصحف.
- له أبحاث منشورة في عدد من المجلات العلمية.
- صدرت له عدة مؤلفات منها:

• الصحافة المصرية في القرن التاسع عشر: تاريخها وافتتاحياتها، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦م.

• صحافة الأرمن في مصر: الملحق الشهري العربي لجريدة أريف دراسة حالة، القاهرة، ٢٠٠٧م.

• أقباط في ذاكرة الصحافة المصرية، القاهرة: مكتبة أسقفية الشباب، ٢٠٠٧م.

• حكايات مصرية: صفحات من مواطنة الأقباط، القاهرة: مكتبة المحبة، ٢٠٠٧م.

• المنهج التاريخي في البحوث الصحفية: سلامة موسى ومجلة المصري ١٩٣٠م، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م.

• البابا كيرلس الرابع: رائد الإصلاح القبطي في مصر الحديثة، القاهرة: مؤسسة المصري لدراسات المواطنة وثقافة الحوار، ٢٠٠٩م.

- كلمات لقاسم بك أمين (دراسة وتعليق)، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٩م.
- صحافة الأقباط وقضايا المجتمع المصري، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٩م.
- في صومعة أبي، القاهرة: مكتبة أسقفية الشباب، ٢٠٠٩م.
- الصحافة وخطاب المواطنة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.
- حكاية الوحدة الوطنية، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ٢٠١١م.
- كرمة مشتهاة، القاهرة: مكتبة أسقفية الشباب، ٢٠١٤م.
- غاندي.. رسالة اللاعنف والتسامح، بيروت: جداول للنشر والترجمة والتوزيع، ٢٠١٤م.
- مسلم ولا مسيحي؟، القاهرة: أوراق للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م.
- الصحافة الإقليمية: الماضي.. الحاضر.. المستقبل، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م.
- الصحافة بين الأدب والسياسة، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٥م

- له عدة مؤلفات تحت الطبع منها:
  - أعلام الصحافة في صعيد مصر.
  - صحافة الصعيد وقضايا المجتمع المصري.
  - الجمعيات القبطية ومدى اتساع أعمالها (دراسة وتعليق).
  - مصر الحلوة تنوير.
  - المصري ٣٠.

للتواصل:

E.mail: ramyatta610@yahoo.com

***

د. فاطمة شعبان أبو الحسن

- مدرس الإذاعة والتليفزيون بالمعهد الدولي العالي للإعلام - أكاديمية الشروق.
- ليسانس آداب قسم إعلام جامعة الزقازيق، دور مايو ١٩٩٩م.
- درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، ٢٠٠٤م
- دكتوراه في الإعلام الدولي، قسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢م.
- دبلوم الدراسات السياسية من معهد البحوث والدراسات العربية سبتمبر ٢٠٠٨م، ودبلوم الدراسات الإعلامية من معهد البحوث والدراسات العربية دور سبتمبر ٢٠٠٢م.
- المشاركة في عدد من المؤتمرات العلمية.
- لها أبحاث منشورة في عدد من المجلات العلمية.
- المشاركة في التحليل الإحصائي لعدد من الدراسات منها: «عين على وسائل الإعلام خلال المرحلة الانتقالية لمصر» لملتقى الحوار للتنمية وحقوق الإنسان في الفترة من أكتوبر ٢٠١١م- أكتوبر ٢٠١٢م، ودراسة المجلس العربي للطفولة والتنمية لتقييم تناول برامج التليفزيون الحوارية بالدول العربية لقضايا حقوق الطفل خلال الفترة من نوفمبر ٢٠١٢م- مارس ٢٠١٣م، ودراسة اتجاهات الرأي العام المصري نحو الأزمات السياسية الراهنة مارس ٢٠١٣م، ودراسة علاقة الجمهور المصري بالقنوات التليفزيونية في شهر رمضان عام ١٤٣١هـ / ٢٠١٠م لمركز بحوث الرأي العام.

- تدريب العاملين في مركز المعلومات ودعم واتخاذ القرار بمجلس الوزراء على التحليل الإحصائي في الفترة من فبراير- أبريل ٢٠١٤م، والتطبيقيات الإحصائية في مجال الاتصال السياسي يونيو ٢٠١٣م، وتدريب العاملين في الهيئة العامة للاستعلامات على التحليلي الإحصائي في الفترة من فبراير- أبريل ٢٠١٣م، ومهارات العرض الفعال مايو ٢٠١٣م.
- تدريب دارسي الإعلام في مجال التحرير العلمي، والإعداد البرامجي للإذاعة والتليفزيون.
- المشاركة في إدارة مشروعات البحوث العلمية بمركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- العمل في مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية كباحث ميداني.

الجوائز العلمية:

- جائزة المرحوم الأستاذ الدكتور أحمد الصاوي لأحسن رسالة دكتوراه ٢٠١١م – ٢٠١٢م.

للتواصل:

E-mail: fatmaabu218@hotmail.com

***

هذا الكتاب

يختص بدراسة وتحليل دور الإعلام في معالجة شئون الانتخابات، بهدف الخروج بمدونة سلوك تكون دليلًا استرشاديًا أمام الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام، التقليدية والجديدة، أثناء متابعة سير العملية الانتخابية، بمراحلها المختلفة، من خلال استطلاع رأي مجموعة من الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال.

وقد كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من الضغوط التي يعاني منها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى وجود عدد من الأخطاء التي يرتكبها البعض أثناء تلك العملية، كما تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية مجموعة من المعايير المهنية الإعلامية منها: التوازن- حماية وسائل الإعلام- مراعاة الدقة- عدم التجهيل- أخلاقيات التعامل مع المصادر- عدم التحيز- احترام حق الخصوصية- مراعاة أخلاقيات نشر الصورة.

وتبين من الدراسة الميدانية أن الحلول المتعلقة بتطوير أداء الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى، وجاءت في المرتبة الثانية الحلول القانونية/ التشريعية بفارق طفيف، وفي المرتبة الثالثة - بوزن نسبي منخفض إلى حد ما - جاءت موافقة الإعلاميين على الحلول الرقابية.



أطلس

للنشر والإنتاج الإعلامى

هذا الكتاب:

يختص بدراسة وتحليل دور الإعلام في معالجة شئون الانتخابات، بهدف الخروج بمدونة سلوك تكون دليلًا استرشاديًا أمام الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام، التقليدية والجديدة، أثناء متابعة سير العملية الانتخابية، بمراحلها المختلفة، من خلال استطلاع رأي مجموعة من الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال.

وقد كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من الضغوط التي يعاني منها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى وجود عدد من الأخطاء التي يرتكبها البعض أثناء تلك العملية،

كما تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية مجموعة من المعايير المهنية الإعلامية منها: التوازن- حماية وسائل الإعلام- مراعاة الدقة- عدم التجهيل- أخلاقيات التعامل مع المصادر- عدم التحيز- احترام حق الخصوصية- مراعاة أخلاقيات نشر الصورة.

وتبين من الدراسة الميدانية أن الحلول المتعلقة بتطوير أداء الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى،

وجاءت في المرتبة الثانية الحلول القانونية/ التشريعية بفارق طفيف، وفي المرتبة الثالثة- بوزن نسبي منخفض إلى حد ما- جاءت موافقة الإعلاميين على الحلول الرقابية.

تصميم الغلاف / ريم السخاوي



I SBN 9789773994037

